

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Liiketalous Lappeenranta  
Liiketalous  
Laskentatoimi

Liisa Mälkiä ja Sohvi Teräväinen

# **TILITOIMISTOJEN JA PIENASIAKKAIDEN TARPEIDEN KOHTAAMINEN**

Opinnäytetyö 2011

## TIIVISTELMÄ

Liisa Mälkiä ja Sohvi Teräväinen

Tilitoimistojen ja pienasiakkaiden tarpeiden kohtaaminen, 94 sivua, 6 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalous, Liiketalouden koulutusohjelma

Laskentatoimi

Ohjaaja: Yliopettaja Heikki Sintonen

Opinnäytetyön aiheena on tilitoimistojen ja pienasiakkaiden tarpeiden kohtaaminen. Työssä pyritään kehittää yhteistyötä tilitoimiston ja pienasiakkaan välillä siten, että pienasiakkaalla ja tilitoimistolla olisi toimissaan sama päämäärä ja yhteistyö olisi mutkatonta päämäärien saavuttamiseksi. Tavoitteena olisi myös saada asiakkaat tietoisiksi mahdollisista lisäpalveluista, joita heidän olisi mahdollista saada ja tilitoimistot taas tietoisiksi mitä lisäpalveluita asiakkaat ovat mahdollisesti vailla.

Opinnäytetyö jakautuu kahteen osaan, teoriaan ja tutkimukseen. Teoriaosuudessa on käsitelty tarkemmin tilitoimistojen palveluista, asiakastyytyväisyydestä ja tutkimukseen osallistuvista tilitoimistoista. Kyseessä on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, joka tehtiin kyselylomakkeella ja kyselyssä tiedusteltiin palveluiden tarpeellisuutta. Tutkimukseen osallistuivat tilitoimistojen asiakkaat. Myös vastaavasti tilitoimistoille tehtiin oma kysely, jossa ne vastasivat, mitä ne olettavat asiakkaiden ajattelevan tilitoimistoista. Kysely tehtiin paperisena että sähköisenä versiona ja tulokset syötettiin SPSS-ohjelmaan.

Tutkimuksen tuloksien perusteella suurin osa tilitoimistojen asiakkaista ei halua lisäpalveluita, mutta joukkoon mahtui myös niitä haluavia. Tästä päätellen tilitoimistojen olisi hyvä katsoa kulloinkin kyseessä olevan asiakkaan tarpeita ja tarjota tälle tilitoimiston mielestä hyviä ja tarpeellisia lisäpalveluita.

Asiasanat

Tilitoimisto, palvelut, asiakastyytyväisyys

## ABSTRACT

Liisa Mälkiä ja Sohvi Teräväinen

Meeting the needs of accounting firms and their customers, 94 pages, 6 appendices

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialisation of Accounting

Bachelor's Thesis 2011

Instructor: Principal Lecturer Heikki Sintonen

Subject of the thesis is meeting the needs of small business' as customers and accounting companies. The thesis aims at developing cooperation between accounting companies their small customers by doing so that small customers and accounting companies would have same target and cooperation would be in greater position to achieve wanted targets. The goal would also be to make small customers conscious about possible additional services available for them.

The thesis is divided into two parts, theory and research. In the theoretical part is been described in more detailed about services, customer satisfaction and participating firms in this thesis. The study is a quantitative study conducted as a questionnaire and in it has been reviewed the needs of services. Participated in the study were the customers of accounting firms. Also to accounting companies were made their own questionnaire, in which they answered by assuming what their customers view is. Survey was carried out both in print and electronic form, and the results were fed into the SPSS program.

Based on the results of the research vast majority of customers of the accounting companies do not want additional services, but also included in the surveys were some willing for more services. This suggests that accounting companies would be good to look at customers needs and provide them with services that accounting company believes that are good and necessary additional services.

Key words: Accounting firm, services, customer satisfaction

## SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 TILITOIMISTON PALVELUT	7
2.1 Yleistä	7
2.2 Historiaa	9
2.3 Kirjanpito	11
2.4 Tilinpäätös	15
2.5 Verotus	23
2.6 Johdon laskentatoimi	30
2.7 Konsultointi	32
2.8 Palvelun hinnoittelu	33
2.9 Palvelun saatavuus	35
2.10 Ongelmat ja parannusehdotukset	36
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	37
3.1 Tilitoimisto palveluyrityksenä	37
3.2 Asiakaspalvelu	38
3.3 Asiakaspalvelun laatu	39
3.4 Asiakastyytyväisyys	41
3.5 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen	43
3.6 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	44
3.7 Asiakaspalvelun/tyytyväisyyden kehittäminen	46
4 TUTKIMUKSEN KOHTEENA OLEVAT TILITOIMISTOT	47
4.1 Tilitoimistojen esittely	47
4.2 Tilitoimistojen haastattelut	50
4.2.1 Tilitoimisto A	51
4.2.2 Tilitoimisto B	54
5 TUTKIMUS	55
5.1 Tausta ja toteutus	55
5.2 Tavoitteet ja rajaukset	58
5.3 Tutkimusmenetelmä	59
5.4 Tutkimustulokset	60
5.5 Yhteenveto ja johtopäätökset	80
6 KEHITYSEHDOTUKSET	85
6.1 Pienasiakkaan näkökulma	85
6.2 Tilitoimistojen näkökulma	86
7 PÄÄTÄNTÖ	88
LÄHTEET	90

## LIITTEET

Liite 1 Saate
Liite 2 Kyselylomake
Liite 3 Vastaukset yhteenlaskettuna Excelissä
Liite 4 Vastaukset SPSS-ohjelmassa
Liite 5 Vastaukset Webropolista
Liite 6 Haastattelut tilitoimistoille

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme aiheena on tilitoimiston ja tilitoimistojen pienasiakkaiden tarpeiden kohtaaminen. Pienasiakkailta tarkoitetaan opinnäytetyössä yritystä, jossa työskentelee yrittäjän lisäksi 1 – 4 työntekijää. Työn tarkoituksena on myös selvittää tilitoimistojen asiakkaiden tyytyväisyyttä tilitoimistonsa tarjoamaan palveluun. Tavoitteena on selvittää, mitä tilitoimistot tarjoavat asiakkailleen ja miten tilitoimistoilla olisi mahdollista auttaa ja myös edistää asiakkaan liiketoimintaa. Tarjotaanko asiakkaalle tarpeettomia palveluita ja sivuutetaanko oleellisempi palvelu? Pyrimme selvittämään myös asiakkaan näkökulmasta, mitä he odottavat palveluilta ja saavatko asiakkaat haluamansa hyödyn palveluista. Tavoitteena on myös kehittää yhteistyötä tilitoimiston ja asiakkaan välillä siten, että asiakkaalla ja tilitoimistolla olisi tomissaan sama päämäärä. Esimerkiksi joku asiakas haluaa vain jonkun hoitavan yrityksen pakollisen kirjanpidon ja siihen liittyvän tilinpäätöksen ja yrityksen verotuksen, toinen taas haluaisi myös ymmärtää kirjanpidon seurannan merkitystä liiketoiminnassa ja saada tilitoimistolta myös ohjeistusta liiketoimintansa kehittämiseen pitkällä tähtäimellä.

Idea opinnäytetyöllemme syntyi, kun toinen meistä työskenteli lappeenrantalaisessa tilitoimistossa koulun ohella. Tilitoimistot haluavat esiintyä työssämme nimettömänä, joten tilitoimistot ovat työssämme tilitoimisto A ja tilitoimisto B. Kysyimme tilitoimisto A:lta, olisiko mahdollista tehdä tilitoimistolle asiakastyytyväisyyskysely. Tilitoimisto oli kiinnostunut lähtemään tutkimukseen mukaan ja ehdotti samalla, että haluaisi selvittää asiakkaiden tarvetta ja kiinnostusta tilitoimiston tarjoamiin lisäpalveluihin. Saimme tutkimukseen mukaan myös toisen tilitoimiston, joka oli kiinnostunut selvittämään samoja asioita asiakkaistaan.

Tavoitteena on kehittää yhteistyötä tilitoimiston ja pienasiakkaan välillä siten, että pienasiakkaalla ja tilitoimistolla olisi tomissaan sama päämäärä ja että yhteistyö olisi suuremmassa asemassa päämäärien saavuttamiseksi. Tavoitteena olisi myös saada asiakkaat tietoiseksi mahdollisista lisäpalveluista, mitä heidän olisi mahdol-

lista saada ja tilitoimistot taas tietoiseksi, mitä lisäpalveluita asiakkaat ovat mahdollisesti vailla. Pienasiakkailla tarkoitamme mikroyrityksiä eli yrityksiä, joilla on yrittäjän lisäksi vähintään yksi työntekijä ja enintään neljä.

Rajasimme tutkimuksen kahteen tilitoimistoon, koska katsoimme niillä olevan tarpeeksi asiakkaita tutkimusta varten selvittääksemme mitä pienasiakkaat tilitoimistoiltaan vaativat. Tilitoimistot A ja B ilmoittivat asiakasmääräkseen yhteensä noin 450, joten päättelimme, että tutkittava asiakasmäärä on riittävä.

Lähdimme selvittämään asiakkaiden tyytyväisyyttä ja tilitoimistopalveluiden käyttöä ja tarvetta kyselylomakkein. Teimme paperisen kyselylomakkeen tilitoimistoihin jaettavaksi paikalla käyneille asiakkaille sekä teimme Webropol - ohjelmalla verkossa täytettävän kyselylomakkeen, jonka tilitoimistot toimittivat sähköisesti kaikille asiakkailleen. Asiakkailta tulleiden vastausten perusteella taas mietimme tilitoimistoja varten haastattelukysymykset ja kävimme haastattelemassa molempia tilitoimistoja paikan päällä kysymyksiä, jotka viittasivat asiakkaiden kyselyihin ja niistä saamiimme vastauksiin.

Opinnäytetyömme koostuu teoriaosuudesta, jossa kerromme yleisesti tilitoimiston ydinpalveluista ja lisäpalveluista. Keskitymme tässä osuudessa myös hieman palvelun saatavuuteen ja hinnoitteluun yleisesti ja vertaamme näitä asioita tilitoimistoalaan. Kerromme teoriaosuudessa myös, millainen on palveluyritys ja mitä ominaisuuksia tilitoimistolla on palveluyrityksenä. Asiakastyytyväisyys ja asiakastyytyväisyyden muodostuminen on myös osana opinnäytetyötämme. Tutkimusosuudessa esittelemme tilitoimistot ja tilitoimistojen haastattelut sekä esitämme tutkimustulokset johtopäätöksineen. Lopuksi esitämme parannusehdotuksia palvelun kehittämiseen ja palveluiden markkinointiin tilitoimistojen ja pienasiakkaiden näkökulmasta.

Jaoimme työn siten, että Liisa Mälkiä keskittyi tilitoimistopalveluihin, jotka tulevat esille luvussa 2 ja Sohvi Teräväinen taas teki puolestaan luvun 3, joka keskittyy palveluun ja asiakassuhteisiin. Tilitoimistojen haastattelut teki Liisa Mälkiä ja kirjoitti

myös puhtaaksi haastattelun tulokset, kun taas tilitoimistojen esittelyn teki Sohvi Teräväinen. Tiivistelmä, tutkimuksen purkamisesta puolet, pienasiakkaan näkökulma ja päätäntö ovat Sohvi Teräväisen tekemiä ja johdanto, toinen puoli tutkimuksesta, tilitoimiston näkökulma parannusehdotuksista ja pohdinta kuuluivat Liisa Mälkiälle. Kaikki muut osuudet työstä teimme yhdessä siten, että toinen aloitti ja toinen täydensi ja vaihdoimme sähköpostin välityksellä työtä, koska asuimme työn tekovaiheessa eri paikkakunnilla.

## **2 TILITOIMISTON PALVELUT**

Tässä luvussa kirjoitamme tilitoimiston palveluista, palvelun hinnan muodostumisesta ja palvelun saatavuudesta. Käsitlemme tarkemmin tilitoimiston ydin- eli peruspalveluita, joita ovat kirjanpito, tilinpäätös sekä verotus ja selvitämme myös, mitä kaikkia lisäpalveluita tilitoimisto voi tarjota, kuten esimerkiksi johdon laskentatoimeen ja konsultointiin liittyvät asiat.

### **2.1 Yleistä**

Taloushallinnon palveluyritysten eli tilitoimistojen tehtäviin kuuluu yritys- ja yhteisöasiakkaiden taloushallinnon palveluiden neuvonta, hoitaminen ja konsultointi. Tärkeimpiä tehtäviä ovat juoksevan kirjanpidon hoitaminen, tilinpäätösten laadinta sekä välillisen ja välittömän verotuksen hoitaminen. Johdon laskentatoimen palvelut sekä edellä mainittuihin asioihin liittyvä konsultointi kuuluvat myös olennaisesti tilitoimiston tehtäviin. (Ahvenniemi 2008, 45.)

Tilitoimisto on auktorisoitu, jos toimiston johdossa oleva henkilö on suorittanut KLT-tutkinnon. KLT-tutkinto on kirjanpidon ja laskentatoimen tutkinto, joka edellyttää tutkinnon suorittajalta riittävän koulutuksen ja hyväksyttävän työkokemuksen. Auktorisoinnin hakeminen on vapaaehtoista, mutta yleensä tilitoimistot hakevat mielel-

lään auktorisointistatuksen toiminnan luotettavuuden lisäämiseksi. (Taloushallinto-liitto 2010 a.)

Kaikilla yrityksillä on oikeus saada apua tilitoimistoilta, mutta kaikki eivät sitä osaa vaatia. Suurin osa yrityksistä hankkii tilitoimistolta vain peruspalvelut, eivätkä käytä hyödyksi muita oheispalveluita. Tilitoimistolla on yleensä laaja näkemys liiketoiminnasta monelta toimialalta ja hyvä tilitoimisto voi jakaa neuvoja yrityksen kehittämiseen ja sen toimintaan. Tilitoimistoilta saa lisäapua esimerkiksi myyntireskontraan, ostoreskontraan, budjetin laatimiseen, investointisuunnitteluun, laskutukseen, maksuliikenteeseen, palkkakirjanpitoon sekä saatavien valvontaan ja perintään liittyvissä asioissa. (Repo 2009, 13.)

Tilitoimisto on myös osittain oikeudellisesti vastuussa asioista, joita hoitaa yritysten puolesta. Tilitoimistoyrittäjä voi joutua korvausvastuuseen esimerkiksi kirjanpidon virheistä. Vahingonkorvausvastuu on määritelty osakeyhtiölaissa. Joskus oikeudellinen vastuu on vaikeaa huomioida jatkuvasti kehittyvällä ja nopeasti muuttuvalla kirjanpitoalalla. (Teperi 2007, 35.)

Jos tilitoimistoa syytetään talousrikoksesta tai kirjanpitorikoksesta, on kyseessä rikosoikeudellinen tapaus. Yrittäjä taas on siviilioikeudellisessa vastuussa, jos kirjanpidossa tapahtuu virheitä. Vastuu- tai oikeusturvavakuutus ei ole voimassa eikä kata edes oikeudenkäyntikuluja, jos kirjanpitäjä tai neuvonantaja todetaan syylliseksi talous- tai kirjanpitorikokseen. (Teperi 2007, 36.)

Tilitoimistoiden palveluihin kuuluu laatia myös erilaisia asiakkaan tarvitsemia asiakirjoja, kuten kauppakirjat, liike-elämään kuuluvat sopimukset sekä rekisteri-ilmoitukset. Kirjoittajalla on vastuu oikeuskäytännön mukaan edellä mainittujen asiakirjojen laadinnasta. Asiakirjaa kirjoitettaessa tilitoimiston on otettava huomioon asiakkaan vaatimukset ja asiakirjan on oltava asiakkaan tahdon mukainen. Tilitoimistolla on velvollisuus kertoa asiakirjoja laatiessaan asiakkailleen kaikista niistä



asioista, jotka voivat aiheuttaa mahdollisia lisäkustannuksia tai haittoja. Tätä kutsutaan laajaksi tiedonantovelvollisuudeksi. (Teperi 2007, 40.)

Laiminlyöntimaksut verottajalle saattavat langeta tilitoimiston maksettavaksi. Verottajan laiminlyöntimaksut ovat lisääntymässä ja muuttumassa ankarammaksi. Kyseiset laiminlyöntimaksut muodostavat suuren oikeudellisen riskin tilitoimistoille, kun ne lankeavat yllättäen tilitoimiston maksettavaksi. Tilitoimisto voi itse aiheuttaa korvausvelvolliseksi joutumisen omalla huolimattomuudellaan verotusta laadittaessa, tai asiakas voi aiheuttaa tilanteen tilitoimistolle jättämällä tositteet toimittamatta. Tämä johtaa kirjanpidon virheellisyyteen. Tilitoimistojen on hyvä pitäytyä sopimusten mukaisissa aikatauluissa ja palveluntarjonnassa sekä tarkistaa sopimusten voimassaolo ja ajantasaisuus välttääkseen laiminlyöntimaksut ja korvausvaateet. (Teperi 2007, 45.)

## **2.2 Historiaa**

Vielä 1950-luvulla Suomessa kirjanpito hoidettiin täysin manuaalisesti tiliristikoita apuna käyttäen. Tietojärjestelmiä ei vielä tuolloin ollut olemassa ja käytettäviä laitteita, joita tilitoimistoissa käytettiin, olivat kirjoituskone, laskukone ja kirjanpitokone. Kopioitavat tositteet ja paperit jäljennettiin hiilipaperilla ja laskut kirjoitettiin mekaanisella kirjoituskoneella. Konekirjoittajat joutuivat kirjoittamaan pitkiäkin tekstejä aina käsin kirjoituskoneella. (Mäkinen & Vuorio 2002, 62 – 69.)

Reskontrat on otettu käyttöön jo 1960-luvulla. Pienissä yrityksissä ei reskontria pidetty, mutta suurissa yrityksissä ne syntyivät jo kirjanpitokoneilla. Pienissä yrityksissä laskut vietiin käytännössä johtajan pöydälle, josta johtaja itse valitsi, mikä lasku tulee maksettavaksi ensimmäisenä. Palkanlaskenta hoidettiin tällä vuosikymmenellä pienissä yrityksissä vielä käsin, palkka maksettiin palkkanauhan kanssa käteisenä. Suuremmissa tilitoimistoissa palkat laskettiin ”koneellisesti”. (Mäkinen & Vuorio 2002, 62 – 69.)

Tietokoneita on ollut Suomessa 1960-luvulta lähtien. Aluksi kuitenkin koko maassa oli vain noin sata tietokonetta. Vasta 1970-luvulla tietokoneet alkoivat yleistyä myös tilitoimistojen työssä. Aluksi laskutus muuttui koneelliseksi, minkä jälkeen myös kirjanpito koneellistui vuonna 1973, tällöin annettiin myös uusi kirjanpitolaki. Koneiden hyödyntäminen toi kirjanpitoon myös tilinumerot, enää ei ollut pelkkiä tuottoja ja kuluja vaan tuli myös selkeät säännöt mitä millekin tilille kirjataan. Järjestelmistä oli mahdollista saada tulos ja tase sekä liikevaihtolaskelmat kuukausittain. Myös päivä- ja pääkirjat olivat helposti saatavilla. (Mäkinen & Vuorio 2002, 70 – 73.)

Myöhemmin 1980 - 2000 -luvulla on vain kehitetty tietotekniikkaa helpottamaan taloushallintoa. Käytännössä jo 1980-luvulta asti on pystytty hoitamaan kaikki taloushallinnon asiat koneellisesti. 1990-luvulla merkittäväksi taloushallinnon mullistajaksi nousi Internet. Internet mahdollistaa asiakirjojen siirtämisen helposti yrityksestä toiseen sekä tietokoneelta toiselle. Uusi kirjanpitolaki loi tärkeän perustan Internet-pohjaisille sovelluksille vuonna 1997, jo tuolloin tehtiin mahdolliseksi sähköiset tietovirrat viranomaisille ja sallittiin paperiton kirjanpito. (Mäkinen & Vuorio 2002, 77 – 79.)

Nykyisin lähes poikkeuksetta jokaisella tilitoimiston kirjanpitäjällä on oma tietokone työpisteessään. 2000-luvulla Internet mahdollistaa myös verkkolaskut ja ostolaskujen sähköiset kierrätysmenetelmät. Suomessa sähköistä taloushallintoa edistävät entisestään kirjanpitolain sallimat sähköiset menetelmät, huippukehittynyt pankkitekniikka sekä Internetin käytön yleisyys. (Mäkinen & Vuorio 2002, 80 – 81.)

Tietotekniikan kehitys on vaikuttanut suuresti tilitoimistoalaan 1970-luvun jälkeen. Jatkuvasti on kehitetty ja kehitetään edelleen uusia ohjelmia, joiden ansiosta on mahdollista kehittää vielä huomasti taloushallintoa. Taloushallinnon henkilöstön työnkuva on ajan kuluessa muuttunut, ja taloushallinnon osaajien vaatimuksetkin kasvavat jatkuvasti. (Granlund & Malmi 2004, 13 – 15.)

## 2.3 Kirjanpito

Kirjanpidolla tarkoitetaan yksinkertaistettuna yrityksen tietyltä aikaväliltä olevien tositteiden järjestämistä ja keräämistä, niiden sisältämien tietojen rekisteröimistä ja näin muodostettavia laskelmia yrityksen taloudellisesta tilanteesta. Tositteet voivat olla niin paperisia kuin sähköisiäkin. Kirjanpidon tarkoitus on pitää yrityksen tulot, menot ja rahat erillään muiden tahojen tuloista, menoista ja rahoista ja ennen kaikkea selvittää yrityksen tulos. (Taloushallintoliitto 2010 a, Tomperi 2007 a, 11.)

Kirjanpitovelvollisia ovat kaikki liike- ja ammattitoimintaa harjoittavat yrittäjät. Kirjanpitovelvollisuus alkaa heti yrityksen perustamisesta ja ensimmäisestä liike tapahtumasta ja jatkuu niin pitkään kuin yritys on olemassa. (Kirjanpitolaki 1:1. 30.12.1997/1336.)

Yrityksen kirjanpidosta vastaa käytännössä yleensä tilitoimisto. Kirjanpitolaissa ei kuitenkaan ole määrätty, kenen yrityksen kirjanpito on hoidettava, pienemmät yritykset kuitenkin antavat vastuun yleensä ulkopuoliselle taholle eli tilitoimistolle. Näin yrittäjälle jää itselleen aikaa pääasiallisen liiketoiminnan hoitamiseen. Suuremmissa yrityksissä saattaa olla oma kirjanpitäjä kulujen säästämiseksi.

Yrityksen kirjanpitoaineisto muodostuu raha- ja reaali prosesseissa syntyvistä tositteista. Pankkien, vakuutusyhtiöiden, asiakkaiden ja muiden yrityksen sidosryhmien kanssa asioimisesta syntyvät käteiskuitit, ostolaskut ja tiliotteet voivat olla sähköisiä tallenteita, kuten verkkolasku tai tietokoneelle skannattu laskujen tiedosto tai paperiversio. Kirjanpidossa kaikki yrityksen liike tapahtumia kuvaava materiaali kerätään yrityksen omaan tositekansioon loogiseen järjestykseen, kuten osto- ja myyntitositteet, tiliotteet, velkakirjat, palkkalaskelmat, kauppakirjat ja kaikki muut mahdolliset yrityksen rahaliikennettä kuvaavat materiaalit, jotka on päivätty kyseiselle ajanjaksolle. (Taloushallintoliitto 2010 a)

Kirjanpitoon kirjattavien tositteiden tulee olla kyseiselle kirjanpitovelvolliselle osoitettuja ja tositteiden on oltava alkuperäisiä. Tositteissa tulee olla tosittteen antajan nimi ja osoite. Merkintöjen tulee olla niin selviä, ettei sisältöä tarvitse tulkita tai arvailla. Tositteet numeroidaan ja tositteiden osoittamat summat kirjataan kahdenkertaisen kirjanpidon periaatteen mukaisesti kirjanpito-ohjelmaan kahdelle eri kirjanpitolille, toisen tilin debet- ja toisen tilin kredit-puolelle. Ammatinharjoittajien kirjanpito voidaan laatia yhdenkertaisena, mutta tilitoimistoissa noudatetaan käytännössä aina kahdenkertaista kirjanpitoa. (Taloushallintoliitto 2010 a)

Kirjanpitolaki edellyttää liiketapahtumien kirjaamista aika- ja asiajärjestyksessä. Päiväkirjoihin kirjataan kaikki liiketapahtumat aikajärjestykseen, kun taas pääkirjaan kirjataan kaikki liiketapahtumat asiajärjestyksessä. Päiväkirjoja voi olla useita, mutta pääkirjoja on yleensä yksi tilikautta kohti. (Tomperi 2007 a, 123.)

Kaikki liiketapahtumat tulee merkitä kirjanpitoon niin selvästi, että kirjausten yhteys tositteesta perus- ja pääkirjanpitoon on todettavissa vaikeuksitta. Peruskirjanpidolla tarkoitetaan päiväkirjamerkintöjä ja pääkirjanpidolla pääkirjaan ja tasekirjaan tehtyjä merkintöjä. Kirjausmerkinnöistä tulee käydä ilmi, mille tilille ja miten kyseisen tosittteen liiketapahtuma on kirjattu. Kirjanpidon tarkastettavuus varmistetaan vertaamalla pääkirjanpitoa tuloslaskelmaan ja taseeseen, joten merkintöjen on oltava selväkielisiä. (Tomperi 2007 a, 134.)

Periaatteessa kirjanpito tapahtuu aina samalla tavalla, tehdään se sitten taulukko-kirjanpitona käsin tai atk-kirjanpitona kirjanpito-ohjelmalla. Tilitoimistot käyttävät erilaisia kirjanpito-ohjelmia työn nopeuttamiseksi, sillä atk-ohjelmia käytettäessä moni työvaihe automatisoituu. Ensimmäisenä tehdään tilinavaus merkitsemällä edellisen tilikauden taseesta ja tase-erittelystä saatavat luvut tileilleen. Jos käytössä on sama atk-ohjelma vuodesta toiseen, voi tilinavauksen ohjelmoida automaattiseksi. (Tomperi 2007 a, 128.)

Seuraava vaihe on liiketapahtumien kirjaaminen tositekohtaisesti tileille joko kredit- tai debet-puolelle. Atk-ohjelmaa käytettäessä viennit tulostuvat samalla aikajärjestyksessä päiväkirjaan ja päiväkirjasta pääkirjan tileille. Tämän jälkeen ohjelma laatii automaattisesti yhteenvedon kuukausittain maksettavasta arvonlisäverosta ja arvonlisäveron valvontailmoituksessa tarvittavista tiedoista. (Tomperi, 2007 a, 128.)

Viimeinen vaihe kirjanpidossa on tilinpäätöksen laadinta. Kirjanpito-ohjelmat syöttävät tilien saldot suoraan tuloslaskelmaan ja taseeseen siihen kohtaan, joka tileille on ohjaustiedoissa annettu. Kirjanpidossa tehdään yleensä niin kutsuttuja välitilinpäätöksiä kuukausittain, vaikka lopullinen tuloslaskelma ja tase tehdäänkin vasta tilikauden päätyttyä. Välitilinpäätösten osoittamiin tuloksiin ei voi liiketoiminnassa luottaa, ne ovat vain suuntaa antavia, koska tulojen ja menojen jaksotuksia ei yleensä välitilinpäätöksissä suoriteta. (Tomperi 2007 a, 128.)

Kirjanpito laaditaan yleensä kuukausi tai kaksi kuukautta kerrallaan, varsinkin kun kyseessä on arvonlisäverovelvollinen yritys, jonka on toimitettava arvonlisäveron valvontailmoitus verohallinnolle jokaiselta kuukaudelta erikseen. Sellaisen yrityksen kirjanpito, joka ei ole toiminnassaan arvonlisäverovelvollinen, voitaisiin periaatteessa tehdä kerran tilikaudessa. Yleensä kuitenkin yrityksen talouden seuraamisen takia kirjanpito tehdään kerran kuukaudessa. (Arvonlisäverovelvollisen opas 2004, 48 – 51.)

Tilikauden pituus on normaalisti 12 kuukautta. Liiketoimintaa aloitettaessa tai lopetettaessa tai tilinpäätösajankohtaa muutettaessa tilikauden pituus voi olla pidempi tai lyhyempi. Pisimmillään tilikausi saa olla 18 kuukauden pituinen, lyhintä tilikauden kesto ei ole määritelty. (Tomperi 2007 a, 13.)

### *Hyvä kirjanpitotapa*

Kirjanpitolaki edellyttää, että kirjanpitovelvollisten tulee noudattaa hyvää kirjanpitotapaa. Kirjanpitolainsäädännössä ei ole kuitenkaan määritelty hyvää kirjanpitota-

paa vaan periaatteessa hyvä kirjanpito tarkoittaa sitä, että kirjanpito hoidetaan hyvin ja kirjanpidossa noudatetaan siihen liittyvää lainsäädäntöä. (Tomperi 2007 b, 7.)

Kirjanpidonlainsäädäntöä ovat kirjanpitolaki ja –asetus. Kirjanpitoa säätelevät myös eri yhteisölait, joita ovat osuuskuntalaki, osakeyhtiölaki, yhdistyslaki, säätiölaki sekä laki avoimista ja kommandiittiyhtiöistä. Nämä lait käsittelevät vain kyseisen yhteisömuodon erityispiirteisiin liittyviä säännöksiä, kun taas kirjanpitolaki käsittelee yleisesti perussäännökset kirjanpidosta ja tilinpäätöksestä. Myös tärkeät kauppaoikeudelliset säännökset on otettava huomioon kirjanpitoa pidettäessä. (Tomperi 2007 b, 7.)

Kirjanpitolautakunta eli KILA on tärkeä hyvän kirjanpitotavan tulkitsija. KILA voi antaa viranomaisten, elinkeinonharjoittajien, järjestöjen ja muiden kirjanpitovelvollisten hakemuksesta ohjeita ja lausuntoja siitä, mikä olisi missäkin tapauksessa hyvän kirjanpitotavan menettely. Jos kirjanpitovelvollinen hakee poikkeuksia kirjanpitolainsäädöksistä, kirjanpitolautakunta myöntää myös ne. KILA, KHT-yhdistys ry ja muut laskentatoimen ammattihenkilöiden järjestöt kehittävät jatkuvasti yhdessä hyvää kirjanpitotapaa ja pyrkivät saamaan kaikkien kirjanpitovelvollisten menettelytavat mahdollisimman yhdenmukaisiksi. (Tomperi 2007 b, 8.)

Jos yrityksen kirjanpitoa on tahallaan väärennetty, kirjanpitoaineistoa on hävitetty tai yrityksen kirjanpito on hoidettu tahallaan huonosti, on kyseessä kirjanpitorikos. Kirjanpitorikokselle edellytyksenä on se, että teolla yritetään vaikeuttaa oikean ja riittävän kuvan saamista yrityksen tuloksesta ja sen toiminnasta. Pienet virheet kirjanpidossa eivät kuulu kirjanpitorikoksen kuvaukseen. Kaikki kirjanpitorikoksen muodot edellyttävät tekijältään tahallisuutta. Kirjanpitorikoksesta voi selvitä pelkällä sakkorangaistuksella tai siitä voi saada enimmillään neljä vuotta vankeutta. (Lakiasiantointimisto Arveli Juusela Co Oy)

## 2.4 Tilinpäätös

Kirjanpitovelvollisen on laadittava jokaiselta tilikaudelta tilinpäätös, joka sisältää tuloslaskelman, taseen, rahoituslaskelman, liitetiedot sekä toimintakertomuksen. Liitetiedoilla tarkoitetaan tuloslaskelman, taseen sekä rahoituslaskelman liitteenä toimitettavia asioita selkeyttäviä laskelmia. Toimintakertomus on tilinpäätökseen liittyvä erillinen asiakirja. Lisäksi tilinpäätöksen yhteydessä on esitettävä vertailukelpoinen tuloslaskelma, tase ja rahoituslaskelma edelliseltä tilikaudelta. Tilinpäätöksen asiakirjojen tulee olla selkeitä, niiden tulee antaa oikeat ja riittävät tiedot, ja tilinpäätöksen tulee muodostaa yhtenäinen selkeä kokonaisuus. Tilinpäätöksen laadinnassa käytetään suomen tai ruotsin kieltä ja se on laadittava euromääräisenä neljän kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Tilinpäätös on valmis, kun se on allekirjoitettu. (Tomperi 2007 a, 143; KPL 3 luku 1 - 6 §.)

### *Tasekirja*

Tasekirja (kuva 1) on kirja, johon sidotaan tilinpäätös sekä luettelot tositteista ja tilikirjoista. Käytännössä tasekirja tehdään yleensä sitomalla atk-tulosteet kirjaksi. Tasekirja on ainoa kirjanpitokirja, jonka on pakko olla paperimuodossa ja jota on säilytettävä kymmenen vuotta allekirjoituspäivästä. Tasekirjan sivut tai vastaavasti sen aukeamat ovat numeroitava juoksevasti ja sivujen tulee olla sidottuna. Tasekirja siis sisältää tuloslaskelman, taseen, rahoituslaskelman, niiden liitetiedot, toimintakertomuksen sekä luettelon käytetyistä tositteiden lajeista ja kirjanpitokirjoista ja tiedon niiden säilytystavasta. Tilintarkastuskertomus voidaan pienyhtiöissä liittää myös tasekirjaan. Tilinpäätös on päivättävä tasekirjan allekirjoituspäivälle. (Mäkinen 2003, 116; Tomperi 2007 a, 143.)

Tilikirjaluettelo on tasekirjaan laadittava kirjanpitokirjojen luettelo, jossa jokaisesta päivä- ja pääkirjasta kerrotaan niiden säilytystapa. Tilikirjoiksi luetaan myös osakirjanpidot, kuten esimerkiksi osto- ja myyntireskontrat, palkkakirjanpidot ja varasto-

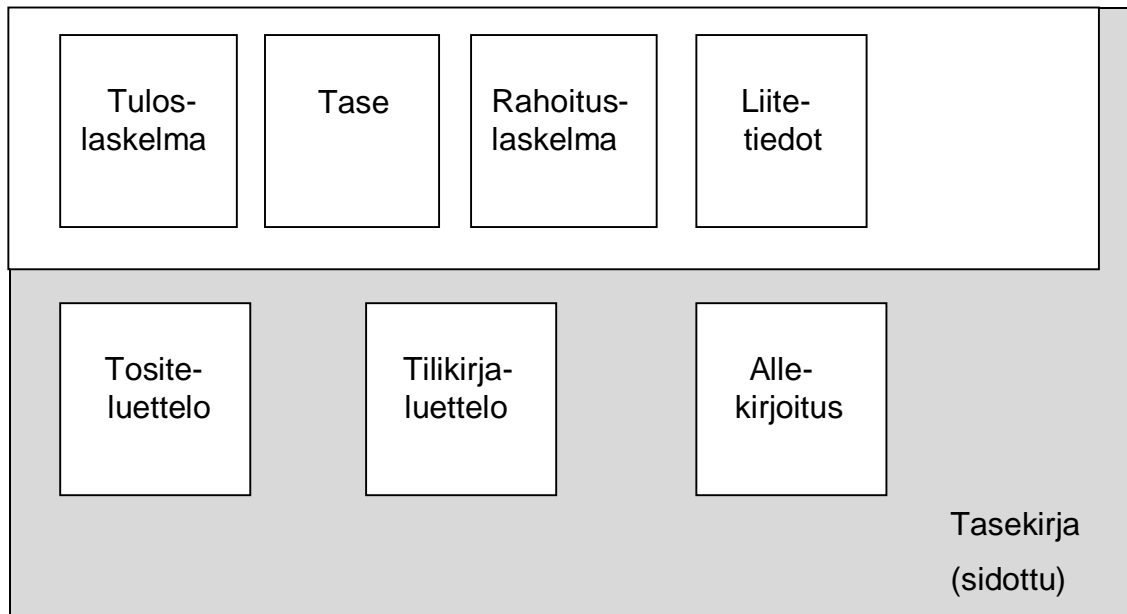
kirjanpidot. Säilytystavan kuvaamisella tarkoitetaan sitä, missä tietovälineessä luettelot on säilytetty. Tietovälineitä ovat esimerkiksi CD-levyt ja paperiaineistot. (Mäkinen 2003, 116 – 117.)

Tasekirjaan on laadittava myös tositeluettelo, jossa jokaisesta tositelajista kerrotaan tositteiden säilytystapa. Tositteita ovat esimerkiksi käteiskassan kassakirjanpito, muistiotositteet, ostolaskut ja käteismaksukuitit, myyntilaskut ja pankkitilin tiliotteet. Tositelajit numeroidaan yleensä selkeyden vuoksi, yleensä tositenumeron alkuosa on samalla tositelajin numero. (Mäkinen 2003, 117 – 118.)

Tilinpäätös päivätään ja kirjanpitovelvollisen tulee allekirjoittaa se. Päiväys ja allekirjoitus merkitään tasekirjaan. Päiväykseksi tilinpäätökseen merkitään todellinen allekirjoituspäivämäärä. Vaikka allekirjoituspäivä jostain syystä viivästyy ja ylittää kirjanpitolaissa annetun määräajan tai yhtiöjärjestyksessä annetun ajan, on päiväys siitä huolimatta merkittävä oikein. Kun allekirjoitus on paikoillaan, on tilinpäätös valmistunut. (Mäkinen 2003, 118.)

Tilinpäätöksen allekirjoittaminen on aina tietyn henkilön tai tiettyjen henkilöiden vastuulla yritysmuodon mukaan. Jos kirjanpitovelvollinen on yhteisö tai säätiö, tilinpäätöksen allekirjoittavat hallitus tai vastuunalaiset yhtiömiehet ja toimitusjohtaja tai muu vastaavassa asemassa oleva yhteyshenkilö. Yksityisliikkeen tilinpäätöksen allekirjoittaa elinkeinonharjoittaja. Kommandiittiyhtiössä tilinpäätöksen allekirjoittavat toimitusjohtaja sekä vastuunalaiset yhtiömiehet. Osakeyhtiön tilinpäätöksen allekirjoittajat ovat toimi- ja päätösvaltainen hallitus ja toimitusjohtaja, ja taas avoimen yhtiön tilinpäätöksen allekirjoittavat kaikki yhtiömiehet sekä toimitusjohtaja, jos avoimella yhtiöllä ylipäätään on toimitusjohtajaa. (Tomperi 2007 a, 143.)





Kuva 1. Sidottu tasekirja.

Kuvasta 1 näkyy hyvin, mitä kaikkea sidottu tasekirja sisältää julkisen tilinpäätöksen lisäksi.

### *Tuloslaskelma*

Kirjanpitoasetuksessa on viisi tuloslaskelmakaavaa. Yksi on tarkoitettu yhdistyksille ja säätiöille, yksi asunto-osakeyhtiöille, yksi ammatinharjoittajille ja kaksi kaavaa sopii liiketoimintaa harjoittavalle kirjanpitovelvolliselle. Liiketoimintaa harjoittavat yritykset käyttävät yleensä kirjanpitoasetuksen 1 §:n ja kirjanpitolautakunnan yleisohjeen mukaista kululajipohjaista kaavaa (Liite 1). Tuloslaskelmasta tulee käydä ilmi, kuinka yrityksen tilikauden tulos on syntynyt. (Tomperi 2007 a, 144.)

Kaikki yrityksen varsinaisesta toiminnasta aiheutuneet kulut ja tuotot esitetään ensimmäisenä tuloslaskelmassa. Liikevaihdosta ja liiketoiminnan muista tuotoista vähennetään varsinaisesta liiketoiminnasta aiheutuneet kulut (materiaalit ja palvelut, henkilöstökulut, poistot ja liiketoiminnan muut kulut) näin saadaan liikevoitto tai -

tappio. Jos yrityksen tuotot on ollut suuremman kuin kulut, syntyy liikevoittoa, kun taas kulujen ollessa suurempia kuin tuotot syntyy tappiota. Liikevoitto osoittaa yrityksen toiminnan varsinaisen tuloksen, mutta vielä liikevoiton jälkeen tuloslaskelmassa esitetään rahoituksesta johtuvat tuotot ja kulut, satunnaiset tuotot ja kulut sekä tuloksen järjestelyerinä poistoeron sekä vapaaehtoisten varausten muutos ja tuloverot. (Tomperi 2007 a, 144.)

### *Tase*

Tilikauden päättyessä yrityksen taloudellisesta tilanteesta kertoo tase. (Liite 2.) Taselaskelma muodostuu kahdesta osasta, vastaavaa ja vastattavaa –puolesta. Taseen vastaavaa-puoli osoittaa rahan käyttökohteet ja yrityksen varat, joita ovat esimerkiksi aineettomat ja aineelliset hyödykkeet, sijoitukset, vaihto-omaisuus ja saamiset. Vastattavaa -puoli sen sijaan kertoo rahan lähteet ja yrityksen pääomahoituksen kuten oman pääoman ja vieraan pääoman suuruuden. (Tomperi 2007 a, 152.)

Tasekaava on laadittu kirjanpitolautakunnan yleisohjeen mukaan. Tasekaavoja on vain yksi ja sitä käyttävät kaikki kirjanpitovelvolliset, jotka tasekaavan laativat. Ammatinharjoittajien ei tarvitse laatia tasetta. (Tomperi 2007 a, 152.)

Pienillä kirjanpitovelvollisilla on oikeus laatia lyhennetty tase. Pienyrityksellä tarkoitetaan sellaista yritystä, jolla on päättyneellä tilikaudella ja välittömästi sitä edeltäneellä tilikaudella ylittynyt enintään yksi seuraavista rajoista:

- taseen loppusumma 3 650 000 euroa
- työntekijöitä keskimäärin 50 henkilöä
- liikevaihto 7 300 000 euroa.

Taseen pääryhmien nimiä voidaan muuttaa vain kirjanpitolautakunnan luvalla, mutta alaryhmien nimikkeitä voi ilman kirjanpitolautakunnan suostumusta muuttaa yrityksen toiminnan luonnetta kuvaavaksi. (KPA 1 luku 9 - 11 §.)

Taseen eriä voidaan myös yhdistellä keskenään, jos niiden erillisellä esittämisellä on pieni merkitys oikean ja riittävän kuvan saamiseksi. Myös suuremmat yritykset saavat yhdistää eriä, jos tase-erien yhdistäminen johtaa selkeämpään esittämistapaan. Taseen yhdistellyt erät on selvitettävä eriteltyinä liitetiedoissa. (KPA 2 luku 4 - 5 §.)

### *Rahoituslaskelma*

Rahoituslaskelma on osa tilinpäätöstä, jossa annetaan tiedot siitä, kuinka yritys on saanut aikaan rahavirtaa ja mihin yritys on rahavirran käyttänyt. Pienten kirjanpitovelvollisten ei tarvitse laatia rahoituslaskelmaa. Kirjanpitolautakunta on antanut yleisohjeen siitä, miten rahoituslaskelma tulisi laatia. Kirjanpitolautakunnan ohjeen mukaisessa laskelmassa rahavirrat jaetaan liiketoiminnan rahavirtaan, investointien rahavirtaan sekä rahoituksen rahavirtaan. (Tomperi 2007 a, 162 – 163.)

Suoriteperusteiset erät muutetaan rahoituslaskelmaa laadittaessa maksuperusteiseksi, sillä suoriteperusteisesti laadituista tuloslaskelmasta ja taseesta ei voida nähdä, kuinka raha on liikkunut yritykseen ja yrityksestä pois. Esimerkiksi tuloslaskelman liikevaihtoon on lisätty myös sellaiset myyntituotot, joista ei ole vielä saatu maksuja. Rahoituslaskelmassa tuloslaskelman liikevaihto muutetaan maksuperusteiseksi myyntisaamisten muutoksen avulla ja ostot ostovelkojen avulla. Näin voi nähdä, miten raha on konkreettisesti liikkunut yritykseen ja sieltä pois. Myöskään poistoja ja varaston muutoksia ei oteta huomioon rahoituslaskelmassa, koska ne eivät aiheuta maksuja eli rahavirtaa. (Tomperi 2007 a, 162 – 163.)

## *Toimintakertomus*

Kirjanpitolain mukaan tilikaudelta on laadittava tilinpäätös ja toimintakertomus, jotka antavat oikeat ja riittävät tiedot yrityksen toiminnasta tilikauden aikana. Kirjanpitolautakunta on antanut yleisohjeen, joka koskee toimintakertomuksen sisältövaatimuksia. Toimintakertomuksessa tulee esittää olennaiset tiedot yrityksen tilikauden tapahtumista ja tilikauden jälkeen tapahtuneista seikoista, sekä siinä annetaan tiedot kirjanpitovelvollisen toiminnan kehittymistä koskevista tärkeistä asioista. Toimintakertomuksessa arvioidaan myös todennäköistä tulevaa kehitystä ja selvitetään mahdollisen tutkimus- ja kehitystoiminnan laajuus. (Helsingin seudun kauppakamari 2008.)

Pienet kirjanpitovelvolliset voivat jättää toimintakertomuksen laatimatta, mutta suurten kirjanpitovelvollisten on aina laadittava toimintakertomus. Suuret kirjanpitovelvolliset joutuvat myös arvioimaan merkittävimpiä riskejä ja epävarmuustekijöitä, taloudellista asemaa ja tulosta sekä heidän on esitettävä tunnuslukuja, jotka kertovat esimerkiksi henkilöstöstä, ympäristöstä ja liiketoiminnasta. (Helsingin seudun kauppakamari 2008.)

Jos pieni kirjanpitovelvollinen kuitenkin laatii toimintakertomuksen, se on laadittava täydellisenä, sisältäen kaikki toimintakertomukselta vaadittavat tiedot. Toimintakertomukseen ei siis voi valita vain joitakin yksittäisiä tietoja oman arvioinnin mukaan, koska tämä vaikeuttaa toimintakertomuksen sisällön arviointia. Kirjanpitolautakunta suosittelee mielummin pidättäytymistä kokonaan toimintakertomuksen laatimisesta, sillä puutteellinen sisältö voi aiheuttaa korvausvelvollisuuden velkojia tai muita sidosryhmiä kohtaan. (Tomperi 2007 a, 165.)

Jos osakeyhtiö päättää olla laatimatta toimintakertomusta, sen on kuitenkin esitettävä liitetietoina muutamia pakollisia seikkoja, jotka osakeyhtiölaki määrää. Näitä asioita ovat mm.

- tiedot lähipiirilainoista

- hallituksen esitys mahdollisesta vapaan oman pääoman jakamisesta
- hallituksen esitys toimenpiteistä, jotka koskevat yhtiön voittoa tai tappiota
- pääomalainojen lainaehdot sekä lainoille kertyneet korot, joita ei ole vielä kirjattu kuluiksi
- yhtiön osakkeiden määrä osakelajeittain sekä osakelajeja koskevat yhtiön määräykset. (Tomperi 2007 a, 165.)

Edellä mainitut asiat tulee kirjanpitolautakunnan suosituksen mukaan nimetä liitetietoihin nimellä Osakeyhtiölain tarkoittamat toimintakertomustiedot. Tämän nimen alle ei saisi sisällyttää mitään muita tietoja kuin ne, jotka osakeyhtiölaki edellyttää. Nämä asiat voidaan esittää kirjanpitolain mukaisten tilinpäätöksen liitetietojen jälkeen eikä asioita tarvitse ilmoittaa erillisellä asiakirjalla. (Tomperi 2007 a, 165.)

### *Liitetiedot*

Kirjanpitolain mukaan tilinpäätöksestä tulee antaa tietyt tarpeelliset liitetiedot oikean ja riittävän kuvan saavuttamiseksi. Tilinpäätöksen liitetiedot ovat tuloslaskelman ja taseen liitteenä ilmoitettavia tietoja. Jos tilinpäätöksessä poiketaan yleisistä periaatteista, on perusteista ja vaikutuksista annettava laskelmat ja selostus liitetiedoista. Liitetietoja on annettava riittävästi mutta ei liikaa. Liitetietoja annettaessa on noudatettava olennaisuuden periaatetta. Liialliset liitetiedot voivat antaa väärän kuvan yrityksen toiminnan tuloksesta sekä estää näkemästä olennaisia asioita. (Mäkinen 2003, 100.)

Seuraavassa on lueteltu kirjanpitoasetuksen mukaiset liitetiedot. Myös kaikki muut yrityksen tapahtumat on mainittava liitetiedoissa, jos ne vaikuttavat oleellisesti oikean ja riittävän kuvan antamiseen yrityksen toiminnasta.

- tilinpäätöksen laatimista koskevat liitetiedot
- tuloslaskelmaa koskevat liitetiedot
- taseen vastaavia koskevat liitetiedot

- taseen vastattavia koskevat liitetiedot
- tuloveroja koskevat liitetiedot
- vakuuksia ja vastuusitoumuksia koskevat liitetiedot
- henkilöstöä ja toimielinten jäseniä koskevat liitetiedot
- omistuksia muissa yrityksissä koskevat liitetiedot
- konserniin kuuluvaa kirjanpitovelvollista koskevat liitetiedot.

Liitetiedot on suositeltavaa esittää myös edellisen tilikauden osalta, koska tuloslaskelma, tase sekä rahoituslaskelma tulee esittää tilinpäätöksessä myös edelliseltä tilikaudelta vertailtavuuden vuoksi. (Tomperi 2007 a, 167.)

Kirjanpitovelvolliset voidaan jakaa liitetietovelvoitteiden mukaan kolmeen eri ryhmään, jotka ovat pienet kirjanpitovelvolliset, pienet osakeyhtiöt ja osuuskunnat sekä suuret kirjanpitovelvolliset. Eräiden pienten kirjanpitovelvollisten tulee antaa vain kaksi liitetietoa, pienet osakeyhtiöt ja osuuskunnat saavat myös joitakin yksittäisiä helpotuksia, mutta suuret kirjanpitovelvolliset eivät saa helpotuksia liitetietojen esittämisessä, vaan heidän tulee esittää kaikki kirjanpitoasetuksen vaatimat liitetiedot. (Mäkinen 2003, 101.)

Pieniä kirjanpitovelvollisia ovat yksityiset elinkeinonharjoittajat, avoimet ja kommandiittiyhtiöt eräin poikkeuksin sekä yhdistykset. Lisäedellytyksinä on, että sekä päättäneellä että sitä välittömästi edeltäneellä tilikaudella on ylittynyt enintään yksi seuraavista rajoista:

- liikevaihto 6,25 miljoonaa euroa
- taseen summa 3,125 miljoonaa euroa
- palveluksessa keskimäärin 50 henkilöä.

Edellä mainittujen pienten kirjanpitovelvollisten tarvitsee antaa vain kaksi liitetietoa. Toinen liitetiedoista koskee annettuja pantteja ja velan vakuudeksi annettuja kiinnityksiä, takauksia, vekseli-, takuu ja muita vastuuta sekä vastuusitoumuksia. Tämä liitetieto tulee kysymykseen, jos yrityksellä on lainaa, jonka vakuudeksi on annettu

omaa omaisuutta. Toinen liitetieto koskee taas perustetta, mitä kurssia on käytetty muutettaessa ulkomaanrahan saamisia sekä velkoja ja muita sitoumuksia Suomen rahaksi, ellei ole käytetty tilinpäätöspäivän kurssia. Tämä liitetieto taas on harvinainen, sillä yleensä käytetään tilinpäätöspäivän kurssia ja ulkomaanrahan saamiset ovat harvinaisia pienillä kirjanpitovelvollisilla. (Mäkinen 2003, 115.)

## **2.5 Verotus**

Tilitoimistojen ydinpalveluihin kuuluu yhtenä palvelumuotona myös yrityksen veroasioiden hoito. Samoin kuin yksityiset palkansaajat, myös yritykset maksavat tuloistaan veroja. Verot voidaan jakaa välillisiin ja välittömiin veroihin. Välittömiä veroja ovat esimerkiksi valtiolle maksettavat valtion tulovero, varainsiirtovero sekä perintö- ja lahjaverot. Kunnat taas perivät kunnallisveroa, ja evankelis-luterilaisella ja ortodoksisella kirkolla on oikeus periä kirkollisveroa. Välillisistä veroista mainittakoon arvonlisävero, valmistevero ja tulli.

### *Veroilmoitukset ja verotuksen toimittaminen*

Kaikkien verovelvollisten on ilmoitettava verotusta varten veroviranomaisille veronalaiset tulonsa, tiedot varoista ja veloista, tuloista tehtävät vähennykset sekä muut verotukseen vaikuttavat tiedot. Veroviranomainen voi vaatia veroilmoitusta keneltä tahansa, ja veroviranomaisen sitä vaatiessa se on myös toimitettava. Liikkeenharjoittajien, yhtymien ja yhteisöjen on kuitenkin aina annettava veroilmoitus kehotuksesta. (Tomperi 2007 c, 19.)

Avoimet yhtiöt ja kommandiittiyhtiöt jättävät veroilmoituksensa verotoimistolle tilikaudesta riippumatta 6. päivänä huhtikuuta. Verotus valmistuu lokakuun viimeisenä päivänä. Osakeyhtiöiden ja osuuskuntien taas tulee jättää veroilmoituksensa viimeistään neljä kuukautta tilikauden päättymisestä. Verotus valmistuu kymmenen kuukauden kuluttua tilikauden päättymisestä. Osakeyhtiöiden ja osuuskuntien on annettava veroilmoitus erikseen kultakin tilikaudelta, jos saman kalenterivuoden

aikana päättyy useampi tilikausi. Riippumatta tilikausien määrästä verotus toimitetaan yhdessä koko verovuodelta. Liikkeen- ja ammatinharjoittajat saavat saman esitätetyn veroilmoituslomakkeen kuin luonnolliset henkilötkin, mikä heidän tai tilitoimiston tulee tarkistaa ja korjata tarvittaessa ja palauttaa korjattuna verotoimistolle. Lisäksi heidän tulee antaa elinkeinotoiminnastaan erillinen veroilmoitus ja palauttaa se verotoimistolle lomakkeeseen merkittyyn päivään mennessä. (Tomperi 2007 c, 19; Yritys – Suomi 2010.)

### *Verojen laskeminen ja maksuunpano*

Verovirasto laskee, panee maksuun verot ja maksut sekä myös korjaa ja muuttaa tarvittaessa verotusta. Verovirasto laskee verot yhteisöverokannan, pääomatulojen verokannan ja ansiotulojen verokannan valtion progressiivisen tuloveroasteikon mukaan. Kunnallisvaltuusto vahvistaa kunnallisveroprosentin ja kirkkovaltuusto taas kirkollisveroprosentin. (Tomperi 2007 c, 20)

Veroviraston laskiessa veroja, maksettavaksi tulevien maksujen ja verojen määrää verrataan ennakoperinnässä maksettuun summaan. Ennakoperinnällä tarkoitetaan verovuoden aikana toimitettua ennakonpidätystä tai ennakonkantoa. Jos verovelvollinen on maksanut veroa liian vähän lopullisiin veroihin ja maksuihin nähden, joutuu verovelvollinen maksamaan verot enintään kolmessa erässä, riippuen maksettavan veron suuruuden mukaan. Verovirasto perii maksut verolipulla. Jäännösverolle lasketaan lisäksi maksettava yhteisökorko tai jäännösveron korko. Mikäli maksettu vero taas on liian suuri, verovelvolliselle palautetaan hänen liikaa maksamansa määrä sekä korko, joka lasketaan ennakonpalautukselle. (Tomperi 2007 c, 21.)

Kun verovirasto on laskenut verot, verovelvolliselle lähetetään verotuspäätös, jossa näkyy tiedot verovelvollisen tuloista ja varoista, veroista ja maksuista sekä tieto veronpalautuksesta tai jäännösverosta. Tämän jälkeisiä verotustoimia ovat joko maksuunpanon oikaisu, veronoikaisu, jälkiverotus tai muutoksenhalu. Samalla verovel-



vollinen saa ohjeet, kuinka verotukseen voi hakea muutosta. Muutosta halutessaan verovelvollisen tulee tehdä oikaisulautakunnalle oikaisuvaatimus. (Tomperi 2007 c, 21.)

### *Arvonlisävero*

Arvonlisävero on vero, joka kohdistuu lähes kaikkiin kotimaassa kulutettuihin tavaroihin ja palveluihin. Verovelvollisia ovat elinkeinonharjoittajat, jotka myyvät tavaroita tai palveluita. Elinkeinonharjoittajat perivät asiakkailtaan arvonlisäveroa tavaroiden ja palveluiden hinnan ohella sekä tilittävät myöhemmin veron valtiolle. Käytännössä siis verovelvollinen yritys lisää valtiolle tilitettävän arvonlisäveron suuruisen summan hinnoittelemiinsa tavaroiden tai palveluiden hintoihin. Näin ollen ostaja maksaa oston yhteydessä valtiolle veroa, eikä arvonlisävero ole myyjälle rasitus. (Tomperi 2007 a, 54.)

Arvonlisäveron määrä on yleensä 23 % tavarain tai palvelun hinnasta, jossa ei vielä ole veroa. Tiettyjen tavaroiden ja palveluiden verokanta on kuitenkin alhaisempi kuin 23 %. Elintarvikkeiden ja rehujen arvonlisävero on 13 %, kuten myös ravintola- ja ateriapalveluista maksetaan 13 %:n arvonlisäveroa. Kaikista alhaisin verokanta on 9 %, mihin sisältyy kirjat, lääkkeet, liikuntapalvelut, elokuvanäytökset, henkilökuljetukset, majoituspalvelut, kulttuuri- ja viihdetilaisuudet ja televisioluvat. Arvonlisävero on siis kulutusvero, joka maksetaan tavarain tai palvelun hankinnan yhteydessä. (Verohallinto 2010.)

On olemassa myös tavaroita ja palveluita, joista ei tarvitse maksaa arvonlisäveroa. Näitä poikkeuksia ovat esimerkiksi terveyden- ja sairaanhoitopalvelut, sosiaalihuolto, yleinen lakisääteinen koulutustoiminta, rahoitus- ja vakuutuspalvelut, julkiset esiintyjät, tilatut lehdet ja kiinteistöluovutukset. Myös vähäinen liiketoiminta on arvonlisäverotuksen ulkopuolella. Vähäisellä liiketoiminnalla tarkoitetaan toimintaa, jonka liikevaihto tilikauden aikana on enintään 8500 euroa. (Tomperi 2007 a, 56.)

Jos tavarán tai palvelun ostaja on yksityishenkilö tai muu kuluttajan asemassa oleva, jää ostohintaan sisältyvä arvonlisävero kokonaan ostajan rasitukseksi. Mikäli tavarán tai palvelun ostaja on toinen arvonlisäverovelvollinen yritys, on maksettava vero ostajan kannalta tässä tapauksessa vain läpikulkuerä. Ostohintaan sisältyvä arvonlisävero voidaan ostajan verotuksessa käsitellä vähennettävänä verona, koska myyjä joutuu tilittämään veron myyntihinnastaan eli ostajan ostohinnasta. Tällöin ostaja saa vähentää ostoistaan saman veron, jotta tavarasta tai palvelusta ei tulisi maksettua kaksinkertaista veroa. (Tomperi 2007 a, 54.)

Kaikista verollisina hankituista tavaroista tai palveluista ei voida kuitenkaan vähentää arvonlisäveroa. Näitä tavaroita ja palveluita ovat muun muassa edustusmenot, henkilöauton hankinta ja käyttö, merkkipäivä- ja joululahjat henkilökunnalle, työntekijöiden työmatkakuljetukset ja henkilökunnalle vapaa-ajanviettopaikaksi, harrastusilaksi tai asunnoksi hankitut tilat. (Tomperi 2007 a, 60.)

Yritys voi suorittaa valtiolle arvonlisäveron joko kuukausittain, neljännesvuosittain tai vuosittain. Valtiolle tilitetään myynneistä suoritettavan veron ja vähennyskelpoista hankinnoista vähennettävän veron erotus. Maksettavasta arvonlisäverosta on tehtävä samalla myös ilmoitus Verohallinnolle, joka tehdään kausiveroilmoituksella. Yritykset, joiden liikevaihto on vuosittain enintään 25 000 euroa, voivat ilmoittaa ja tilittää arvonlisäveron kalenterivuosittain. Mikäli yrityksen liikevaihto on enintään 25 001 - 50 000 euroa vuodessa, voi arvonlisäveron maksaa kolmen kuukauden välein neljännesvuosittain. Jos liikevaihto on vuoden aikana enemmän kuin 50 000 euroa, on arvonlisäveroilmoitus sekä -tilitys tehtävä kuukausittain. (Yritys-Suomi 2010.)

Tavallisinta on tilittää arvonlisävero liikevaihdon suuruuden mukaisesti. Jos liikevaihto on vuosittain niin suuri, että arvonlisävero on mahdollista tilittää neljännesvuosittain tai kerran kalenterivuoden aikana, siitä on oltava Verohallinnolta saatu erillinen ilmoitus tai päätös. Yrityksen tulee olla myös rekisteröity arvonlisäverovelvolliseksi. Arvonlisäverovelvollisuudesta on tehtävä ilmoitus Yritys- ja yhteisötieto-

järjestelmään. Halutessaan yritys voi valita lyhyemmän ilmoitus- ja maksukauden, kuin mihin liikevaihdon suuruus oikeuttaisi, ilmoitusmenettelytavasta tulee tehdä hakemus verottajan sivulla ja valittua ilmoitusmenettelytapaa noudatetaan kolme kalenterivuotta. Arvioidun liikevaihdon ylittyessä kalenterivuoden aikana on yritys velvollinen tekemään muutosilmoituksen asiasta oma-aloitteisesti ja yrityksen ilmoitettava arvonlisäverotiedot myöhemmin liikevaihdon mukaisesti. (Yritys–Suomi 2010.)

Arvonlisäverovelvolliseksi rekisteröity yritys on aina velvollinen antamaan kohdekaudelta kausiveroilmoituksen Verohallinnolle. Kausiveroilmoitus annetaan myös kohdekausilta, jolloin arvonlisävero on negatiivinen tai yrityksen toiminta on katkol- la tai tilapäisesti keskeytynyt. Kalenterivuositain annetun kausiveroilmoituksen ja maksettavan veron tulee olla perillä viimeistään kalenterivuotta seuraavan helmi- kuun 28. päivänä. Kuukausittain tai neljännesvuositain tehtävät ilmoitukset taas tulee olla perillä sen kalenterikuukauden 12. päivänä, jona kohdekauden vero on ilmoitettava. Myös uusi yritys, joka vasta aloittaa toimintansa, voi hakeutua piden- nettyyn ilmoitus- ja maksujaksoon eli hakea oikeutta ilmoittaa ja maksaa arvon- lisäveroaan kalenterivuositain tai neljännesvuositain, jos arvioitu liikevaihto on enintään 50 000 euroa kalenterivuoden aikana. (Yritys–Suomi 2010.)

### *Välitön verotus*

Välittömät verot poikkeavat välillisistä veroista siten, että ne jäävät ja on tarkoitettu maksajan rasitukseksi. Esimerkiksi arvonlisävero peritään tavaran tai palvelun myyntihinnan lisäksi asiakkaalta, joten se ei jää yrityksen maksettavaksi, välittömät verot taas määräytyvät muun muassa tulon perusteella ja ovat siis yrityksen rasite. (Tomperi 2007 a, 182.)

Valtion tulovero, kunnallisvero, kirkollisvero, yhteisön tulovero ja sairausvakuutuk- sen maksut määräytyvät verotettavan tulon perusteella. Verotettavalla tulolla tar- koitetaan voittoa tuottavan yrityksen veronalaisten tulojen, vähennyskelpoisten

menojen ja muiden vähennysten erotusta. Tuloverolaki sisältää kaikkia verovelvollisia koskevia tuloverotukseen liittyviä säännöksiä ja on näin ollen keskeisin tuloverotusta säätelevä laki. Lisäksi on olemassa elinkeinoverolaki, joka säätelee liikkeen- ja ammatinharjoittajien verotettavan tulon määräytymistä. Laki kertoo, mitkä elinkeinotoiminnasta saadut tulot ovat veronalaisia ja mitä vähennyksiä veronalaisista tuloista saadaan tehdä. Maatalouden harjoittajille on myös oma maatilatalouden tuloverolaki. (Tomperi 2007 a, 182.)

On olemassa kahdenlaista verotettavaa tuloa, pääomatuloa ja ansiotuloa. Pääomatuloa on omaisuuden tuotto, omaisuuden luovutuksesta saatu voitto ja muut sellaiset tulot, jota varallisuus on kerryttänyt. Tavallisimpia pääomatuloja ovat esimerkiksi myyntivoitot sekä korko- ja vuokratulot. Ansiotuloja taas ovat kaikki ne tulot, jotka eivät ole pääomatuloja, kuten palkka- ja eläketulot. (Yritys-Suomi 2010.)

Yksityishenkilöt joutuvat maksamaan pääomatuloista 28 % veroa valtiolle, kun taas osakeyhtiöillä ja osuuskunnilla veroprosentti on 26. Veroprosentin määrä on suhteellinen, mikä tarkoittaa sitä, että vero on aina yhtä suuri tulojen suuruudesta riippumatta. Ansiotuloista valtiolle maksettava vero on progressiivinen, eli veron suuruuteen vaikuttaa tulojen määrä. Ansiotuloista maksetaan veroa myös kunnalle ja kirkolle, nämä maksut ovat tasasuhteiset. Myös sairausvakuutuksen sairaanhoitomaksu määräytyy ansiotulojen perusteella suhteellisesti, eli veroprosentti on kaikille yhtä suuri tuloista riippumatta. (Yritys–Suomi 2010.)

Yksityisliikkeitä eli yksityistä elinkeinonharjoittajaa verotetaan kaikkien ansio- ja pääomatulojen perusteella. Elinkeinotoiminnasta saatu tulo jaetaan pääomatuloon ja ansiotuloon. Pääomatuloksi katsotaan yrittäjän valinnan mukaan joko 10 tai 20 prosenttia pääomatulon laskentaperusteesta. Yrittäjä voi itse laskea, kumpi tapa tulee hänelle edullisemmaksi. Laskentaperuste määräytyy verovuotta edeltäneen verovuoden päättyessä toimintaan kuuluneesta nettovarallisuudesta (varat – velat) ja maksetuista palkoista. Loput elinkeinotulosta on verotettavaa ansiotuloa. (Tomperi 2007 a, 186.)

Yksityisen elinkeinonharjoittajan pääoma- ja ansiotulo-osuudet lisätään verovelvollisen muihin pääomatuloihin ja ansiotuloihin. Näistä kaikista yhteenlasketuista osuuksista maksetaan pääomatulosta valtiolle 28 % veroa. Ansiotulon osuus valtiolle määräytyy progressiivisesti. Lisäksi ansiotuloista maksetaan vielä kunnallis- ja kirkollisverot sekä sairausvakuutusmaksut. Mikäli puoliso työskentelee yrityksessä, liikkeen tulo jaetaan verotettavaksi molempien tulona, muutoin puolisoa verotetaan erikseen omista tuloistaan ja varallisuudestaan. Puolisoiden selvittäessä työ- ja pääomapanoksensa, voidaan ansiotulo-osuus jakaa puolisolien kesken työpanosten suhteessa sekä pääomatulo-osuus nettovarallisuuden osuuksien mukaan. Jos selvityksiä ei tehdä, niin sekä ansio- että pääomatulo-osuudet jaetaan tasan puolisolien kesken. (Tomperi 2007 a, 188.)

Elinkeinoyhtymiä ei käsitellä erillisinä verovelvollisina. Elinkeinoyhtymillä tarkoitetaan avoimia ja kommandiittiyhtiöitä ja muita elinkeinotoimintaa harjoittavia yhteisliittymiä. Elinkeinoyhtymille vahvistetaan elinkeinotoiminnan tulos, josta vähennetään aikaisempien vuosien tappiot, ja tämän jälkeen tulos jaetaan verotettavaksi yhtiömiesten tulona. Jos elinkeinotoiminta tuottaa tappiota, ei tätä jaeta yhtiömiehille, vaan tappio vähennetään seuraavien vuosien verotettavasta tulosta. (Tomperi 2007 a, 188.)

Avoimen ja kommandiittiyhtiön tulo jaetaan yhtiömiesten verotettavaksi tuloksi siinä suhteessa, joka on heidän osuutensa yhtiön tulosta. Pääomatuloksi luetaan 20 prosenttia osakkaan osuudesta siitä nettovarallisuudesta, joka on kuulunut elinkeinotoimintaan verovuotta edeltäneen verovuoden päättyessä. Nettovarallisuus määräytyy samoin kuin yksityisliikkeissä. Muu kuin pääomatuloksi luettava osa tulosta verotetaan aina ansiotulona. Elinkeinotoiminnan tulokseen sisältyvät mahdolliset käyttöomaisuuden luovutusvoitot luetaan aina pääomatuloksi. Kommandiittiyhtiön äänettömän yhtiömiehen voitto-osuus määritellään tietyinä prosenttiosuutena hänen sijoittamastaan pääomasta. Äänettömän yhtiömiehen prosenttiosuus on 20

prosenttiin saakka verotettavaa pääomatuloo, tämän ylittävältä osin se luetaan ansiotuloksi. (Tomperi 2007 a, 188 – 189.)

Yhteisön tulovero on 26 prosenttia. Yhteisöjä ovat mm. osakeyhtiöt ja osuuskunnat ja ne ovat itsenäisiä verovelvollisia. Kun listaamaton osakeyhtiö saa osinkoja toiselta listaamattomalta yhtiöltä, ovat tulot verovapaita, samoin kuin pörssiyhtiön saadessa osinkoja toiselta pörssiyhtiöltä. Jos listaamaton yhtiö taas saa osinkoa pörssiyhtiöltä, on siitä 25 % verovapaata tuloa ja 75 % veronalaista tuloa. Tässäkin tapauksessa osinko on kokonaan verovapaita, jos listaamaton yhtiö eli osingonsaaja omistaa vähintään 10 % pörssiyhtiön eli osakkeenjakajan osakkeista. Näitä tuloja ei jaeta ansiotuloon ja pääomatuloon. (Tomperi 2007 a, 190, 192.)

## **2.6 Johdon laskentatoimi**

Johdon laskentatoimi on yrityksen johdon päätöksentekoa avustavaa laskentaa ja se on yksi yrityksen laskentatoimen suuri ja tärkeä alue. Johdon laskentatoimen laskelmat voivat olla pelkkiä päätöksen tekoa avustavia ja tukevia suunnittelulaskelmia, kuten esimerkiksi investointilaskelmat, joiden avulla voidaan selvittää eri investointivaihtoehtojen kannattavuutta ja edullisuutta. Muita tärkeitä johdon laskentatoimen suunnittelulaskelmia ovat budjetit eli tavoitelaskelmat. Budjetit ilmaisevat yrityksen toiminnan tavoitteita, esimerkiksi myyntibudjetti ilmaisee myyntitavoitteet, ostobudjetti ostotavoitteet ja tulosbudjetti tulostavoitteet. Johdon laskentatoimi sisältää suunnittelulaskelmien lisäksi myös tarkkailulaskelmia, jotka toimitaan johdolle. Tarkkailulaskelmien avulla johto voi seurata, kuinka tavoitteet ovat toteutuneet ja mitkä ovat mahdollisten poikkeamien syyt. (Neilimo & Uusi-Rauva 2005, 14.)

Tilitoimistotyö on hyvin asiakaslähtöistä ja alalla edellytetään osaamista myös johdon laskentatoimen puolelta. Tilitoimistot tarjoavat johdon laskentatoimen palveluista esimerkiksi investointilaskelmia, budjetointilaskelmia, katelaskelmia ja tun-

nuslukuja, kuten kannattavuus-, maksuvalmius-, liikevoitto- ja omavaraisuuslaskelmat sekä kassavirtalaskelmat.

### *Investointilaskelmat*

Tilitoimistot voivat auttaa asiakkaitaan suunnittelemaan myös yrityksen tulevia investointeja ja auttaa heitä erilaisissa investointilaskelmissa. Investoinneissa suuri rahasumma sijoitetaan johonkin kohteeseen pitkäksi aikaa, josta tulon odotetaan olevan suuri pitkällä odotusajalla. Investoitaessa esimerkiksi johonkin koneeseen tai laitteeseen yritys maksaa koneesta tai laitteesta menoa saadakseen tuloa toiminnastaan. Pitkäaikaisiin investointeihin sisältyy myös riskejä pitkän sitoutumisaian vuoksi. (Neilimo & Uusi-Rauva, 2005, 206.)

Investointilaskelma ulottuu investoinnin pitoajalle, ja laskelmalla selvitetään investointihankkeen edullisuus. Laskelmat perustuvat investoinnin aiheuttamista kustannuksista, tuotoista, markkinoista sekä pääomatarpeesta arvioituihin tietoihin. Mitä suuremmasta ja merkittävämmästä hankkeesta on kyse, sitä enemmän tiedonkeruuseen on käytettävä aikaa. Erilaisia investointilaskelmien menetelmiä ovat nykyarvomenetelmä, annuiteettimenetelmä, sisäisen korkokannan menetelmä, pääoman tuottoastemenetelmä ja takaisinmaksuajan menetelmä. Nykyarvomenetelmässä kaikki hankinnasta syntyvät tuotot ja kustannukset diskontataan nykyhetkeen valitulla laskentakorkokannalla. Annuiteettimenetelmässä taas investoinnin hankintameno jaetaan pitoaikaa vastaaville vuosille yhtä suuriksi vuosieriksi. Sisäisen korkokannan menetelmässä sisäinen korkokanta on se korkokanta, jolla laskettuna hankinnan nettonykyarvo on nolla, siksi sisäistä laskentakorkokantaa käytetään investoinnista kertyvien nettotuottojen nykyarvo on yhtä suuri kuin investoinnin perushankintameno. Pääoman tuottoaste saadaan jakamalla vuoden investoinnin nettotuotto keskimääräisellä investoinnilla. Takaisinmaksuajan menetelmässä taas selvitetään, kuinka pitkän ajan kuluessa investoinnin tuotot ylittävät hankintakustannukset. (Neilimo & Uusi-Rauva, 2005, 218 – 223.)

## *Budjetointi*

Toiset yritykset haluavat ja odottavat tilitoimistolta apua myös budjetointiin liittyvissä asioissa. Yrityksen budjetti on talousjohtamiselle erittäin keskeinen instrumentti. Yrityksillä on monia erilaisia budjetteja, jotka muodostavat yhdessä budjetointijärjestelmän. Budjetteja ovat esimerkiksi tulos-, myynti-, osto-, valmistus-, varasto-, kustannus- ja investointibudjetit. Budjetointiprosessin perusosat ovat budjetoinnin suunnittelu, toteutus ja tarkkailu. Budjetoinnilla tarkoitetaan budjettien laatimista, vaihtoehtojen etsimistä, vaihtoehtojen vertailua, ja toimintavaihtoehtojen valintaa. Budjetointi auttaa yrityksen toimintaa ja yrityksen johtamista monella eri tavalla. Se helpottaa esimerkiksi yrityksen tavoitteiden täsmentämistä ja motivoi työntekijöitä saavuttamaan asetetut tavoitteet. Budjetoinnilla luodaan keskustelunaiheita sekä tämän myötä parannetaan työpaikan ilmapiiriä, kun kaikki on selvää sekä johtajille että työntekijöille. Budjetti on myös tärkeä informaation lähde, ja budjetoinnin puutteet ohjaavat tietojärjestelmien kehittämisessä. (Neilimo & Uusi-Rauva, 2005, 233 – 235.)

Muita johdonlaskentatoimen alueelle liittyviä tilitoimiston tarjoamia palveluita ovat katelaskelmat sekä erilaiset tunnusluvut, kuten kannattavuus-, maksuvalmius-, liikevoitto- ja omavaraisuuslaskelmat sekä kassavirtalaskelmat.

## **2.7 Konsultointi**

Tilitoimistot tarjoavat asiakkaille monia erilaisia konsultointi ja neuvontapalveluita pelkkien ydinpalveluiden lisäksi. Tilitoimistot konsultoivat asiakkaitaan, olkoon kysymyksessä minkälainen asia tahansa. Tietyt konsultointipalvelut ja neuvot sisältyvät tiettyjen palveluiden hintaan ja tiettyyn palveluun itseensä, mutta ovat myös ihan erillisiä konsultointipalveluita, jotka hinnoitellaan erikseen kyseessä olevan palvelun ja tilitoimiston hinnoittelun mukaisesti.



Verosuunnittelu ja –neuvonta on yksi tilitoimiston tarjoamista konsultointipalveluista. Tilitoimistot auttavat myös rahoitusjärjestelyissä, jos yritys tarvitsee esimerkiksi yritystukea, Finnveran tai TE-keskuksen rahoitusta. Sopimusten laadinta on myös ylimääräinen palvelu, tai tilitoimisto voi näissä asioissa antaa konsultointia ja neuvoja, mutta lakipykälät voivat helposti tulla sopimuksia laadittaessa vastaan, joten kaikkia sopimuksia ei tilitoimisto voi asiakkaan puolesta laatia tai ainakin asiakkaan tulee itse allekirjoittaa nämä sopimukset. Tilitoimistot voivat auttaa asiakkaitaan liikeidean muodostamisessa ja toimintasuunnitelman arvioimisessa, ne myös mielellään kehittävät liikeideaa ja toimintasuunnitelmaa yhdessä asiakkaan kanssa paremmaksi ja toimivammaksi. Tilitoimisto voi olla myös suureksi avuksi jo ennen kuin yritystä on edes olemassa, tilitoimisto voi auttaa yrityksen perustamiseen liittyvissä asioissa ja antaa neuvoja kaikkiin yritystoimintaan ja yrityksen perustamiseen liittyviin kysymyksiin ja ongelmatilanteisiin. Myös yhtiömuodon muutokset ja sukupolven tai omistajanvaihdokset kuuluvat tilitoimiston konsultointipalveluihin.

## **2.8 Palvelun hinnoittelu**

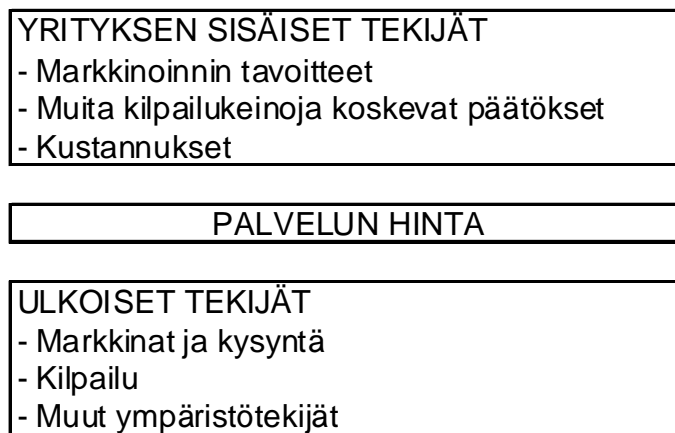
Palveluiden hinnoittelu on haastavaa, sillä palvelut ovat aineettomia ja palveluita on vaikea esitellä asiakkaalle. Hintoja ja palveluita on myös vaikeaa vertailla keskenään. Tilitoimistoissa palvelu syntyy palveluntuottajan ja asiakkaan työsuorituksen yhteistyönä ja tietoja jakamalla, myös tämä vaikeuttaa hinnan määrittelyä etukäteen. Palveluntuottajien eli tilitoimistojen laatuvahtelut voivat olla myös suuria, tällöin hinnoittelun perusteeksi muodostuu helposti palveluntuottajayrityksen imago sekä palvelun maine. (Sipilä 2003, 19 – 20.)

Tilitoimistot käyttävät yleisimmin tuotosperusteista hinnoittelua sekä resurssipohjaista hinnoittelua. Tuotosperusteisella hinnoittelulla tarkoitetaan hinnoittelua, jossa asiakas maksaa aikaansaataavasta tuotoksesta, hinnoittelu perustuu tehtyihin toimenpiteisiin. Resurssipohjainen hinnoittelu taas perustuu tehtyyn työhön ja siitä aiheutuviin kustannuksiin. On olemassa myös muita hinnoittelumenetelmiä, kuten käyttöoikeus- ja käyttöperusteinen hinnoittelu sekä hyöty- ja arvoperusteinen hin-

noittelu. Näitä hinnoittelumenetelmiä tilitoimistot kuitenkin harvemmin käyttävät. Monesti tilitoimistopalvelut on myös sidottu pakettihintoihin (Sipilä 2003, 177 - 179).

Vaikka tilitoimiston palveluiden jokaiselle toimenpiteelle olisi määritelty oma tarkka hinta, on hinnoittelu siitä huolimatta vaikeaa. Tilitoimiston asiakkaat ovat monilta eri aloilta, ja sen vuoksi asiakaskunta on hyvin kirjavaa. Toiset asiakkaista haluavat vain pakolliset viranomaisten vaatimat minimipalvelut, kun taas toiset asiakkaat haluavat apua esimerkiksi yrityksen sisäiseen päätöksentekoon ja toiminnan ohjaukseen. Juuri näitä lisäpalveluita on vaikeaa hinnoitella. Tilitoimiston voi olla vaikeaa veloittaa kuuntelusta ja keskustelusta pitkäaikaista pienasiakastaan (Sipilä 2003, 202 – 203).

Seuraavassa kuviossa ovat palvelun hintaan vaikuttavat tekijät.



Kuva 2. Palvelun hintaan vaikuttavat tekijät (Lämsä & Uusitalo 2002, 25).

Markkinoinnin tavoitteissa hinnoittelun tavoitteet liittyvät tuottoihin, operatiivisiin seikkoihin tai asiakasvirran säätelyyn. Muissa kilpailukeinoja koskevissa päätöksissä hinnoittelupäätös tehdään tuote-, viestintä- ja saatavuusratkaisujen kanssa. Palvelun hinnan alarajan määrittävät kustannukset. Markkinoissa ja kysynnässä palvelun hinta vastaa asiakkaiden käsitystä sen arvosta. Samalla alalla toimivien muiden yritysten hintaratkaisuihin vaikuttavat kilpailijoiden määrä, hinnat, tuotteet ja kustannukset. Hinnoittelussa on otettava myös huomioon muita ympäristötekijöi-

tä. Näitä ovat taloudellinen tilanne, kilpailunedistämislainsäädäntö, sosiaaliset ja eettiset seikat sekä suhdanteet, inflaatio ja korkotaso (Lämsä & Uusitalo 2002, 111- 114).

Tilitoimistoissa on käytössä vientiperusteista ja/tai aikaperusteista hinnoittelua. Tällöin hinnassa on otettu huomioon työn määrä tai työhön käytetty aika. Tämä johtaa siihen, että on vaikea vertailla tilitoimistojen hintoja, koska työhön vaikuttaa työntekijän käyttämä aika. Jotta saataisiin tilitoimistojen hinnoista selkeitä ja vertailukelpoisia, olisi siirryttävä osittain tapahtuma- tai palvelukohtaiseen hinnoitteluun. Tämä on kuitenkin suuri muutos, joka edellyttää tilitoimistojen laskutusjärjestelmien ja toimintatapojen muuttamista (Salo 2002, 41 – 45).

## **2.9 Palvelun saatavuus**

Palvelun tarkoituksena on saada selville mihin aikaan ja missä paikassa palvelua on saatavilla. Oikea aika ja paikka, sopivan suuruinen erä ja ilman suurta vaivannäköä antavat asiakkaalle mahdollisuuden ostaa ja kuluttaa palvelua, jolloin se tarkoittaa hyvää saatavuutta. Tällä hetkellä joustavuus, nopeus ja vaivattomuus ovat palveluyritysten keskeiset kilpailukyvyt (Lämsä & Uusitalo 2002, 108).

Palvelun saatavuus voidaan järjestää seuraavasti:

1. Asiakkaat asioivat yrityksen toimitiloissa henkilökohtaisesti.
2. Asiakkaan luokse menee yrityksen työntekijä.
3. Asiakas ja yritys käyttävät etäpalveluna esimerkiksi puhelinta tai sähköisiä viestintävälineitä tuottaakseen palvelua (Lämsä & Uusitalo 2002, 108).

Yrityksen toimitilojen sijainti ja aukioloajat ovat tärkeitä, kun asiakas käy yrityksen toimitiloissa henkilökohtaisesti. ”Kotikäynti” eli asiakkaan luona tapahtuva palvelu on keino erilaistaa yrityksen palveluja. Tämän mahdollistaa asiakkaan arvostama vaivattomuus sekä ajansäästö, josta asiakas on valmis maksamaan. Nykyään palvelut hoidetaan etäpalveluna, jolloin asiakas ja yrityksen henkilökunta eivät ole

henkilökohtaisessa kontaktissa keskenään. Asiakas on yhteydessä puhelimitse tai sähköisten viestintävälineiden avulla yritykseen. Tämän takia asiakkaalle on tärkeää, että tekniikka toimii. Etäpalveluna välitettyjen palveluiden kilpailukyky ja tuottavuus ovat kohentuneet teknologian myötä. Tässä asiakkaan rooli on keskeinen, koska on kyse itsepalvelusta. Tällöin on tärkeää tehdä asiakkaalle miellyttävä ja mieleinen itsepalvelukokemus (Lämsä & Uusitalo 2002, 108 – 109).

## **2.10 Ongelmat ja parannusehdotukset**

Tilitoimistojen palvelut ja palvelustrategiat ovat perinteisesti samanlaisia kaikilla. Tilitoimistoilla asiakkaita on ollut sopivasti, ja niiden myötä työtäkin ollut hyvin paljon. Tämä on huomattu muun muassa siinä, että kaikkea tehtyä työtä ei ole laskutettu asiakkaalta seurannan puutteen takia. Ehkä myös tärkein ja kallein työ eli neuvonta on jätetty laskuttamatta tai se on liitetty peruspalveluihin. Tämän takia on jouduttu miettimään tilitoimistoalan muutoksien takia myös tulevaisuuteen liittyviä kysymyksiä ja mahdollisuuksia (Ahvenniemi 2008, 89).

Tilitoimistojen palvelut erilaistuvat enemmän ja enemmän palveluiden ja kilpailun kehittämisen vuoksi. Tilitoimistoista osa keskittyy nykyisten ja uusien palveluiden tuotteistamiseen ja kehittämiseen aktiivisesti, kun taas osa uudistaa vasta markkinoiden sitä vaatiessa. Huomioitavaa on, että tilitoimistoista, jotka kehittävät ja uudistavat palvelujaan aktiivisemmin, tulevat kasvamaan jatkuvasti (Ahvenniemi 2008, 90).

Hinnoittelu on ollut jo kauan vaikeaa tilitoimistoissa, jolloin on tyydytty käyttämään vienti- ja aikaperusteista hinnoittelua. Tähän on myös vaikuttanut se, että tilitoimistoilla ei ole ollut aikaa suunnitella laskutusta työn paljouden takia. Tehdyn työn erittely on vaikeaa tilitoimistoissa, koska työtä ovat muun muassa kirjanpito, palkanlaskenta, laskujen ja asiakirjojen postitus, neuvonta sekä puhelinasiat. Yleensä neuvonta jää kokonaan laskuttamatta, vaikka se olisikin arvokkaimpia lisäarvoja tilitoimistoille. Tilitoimistojen olisi hyvä tehdä konsultoinnista ja neuvonnasta oma

kokonaisuus, josta laskutettaisiin erikseen, ettei tämä ehkäpä tärkein työ jää laskuttamatta.

### **3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

Tässä luvussa käsittelemme asiakastyytyväisyyttä. Käymme lävitse tilitoimiston palveluyrityksenä, kerromme tarkemmin asiakaspalvelusta ja mistä asiakastyytyväisyys koostuu, miten sitä voi mitata ja kehittää.

#### **3.1 Tilitoimisto palveluyrityksenä**

Palveluyrityksessä tuotetaan ja myydään erilaisia palveluja asiakkaille. Palvelut voidaan jaotella kahteen osaan: palveluihin, jotka käytetään samalla, kun palvelutilanne on päällä, ja palveluihin, joita hyödynnetään pitkällä aikavälillä, kuten asiantuntijoiden eri palvelut (Jyrkkiö & Riistama 2008, 79).

Palveluyrityksissä niiden toiminta voi olla jalostettua hyvinkin pitkälle tai sitten erittäin yksilöllistä. Jalostetusta tuotteesta palveluyrityksessä voidaan käyttää esimerkkinä pankkiautomaatteja. Niissä palvelu on annettujen ohjeiden mukaisesti tekemistä koneella. Kun taas esimerkiksi konsultti on yksilöllinen asiantuntijapalvelu, joka perustuu kyseessä olevan henkilön asiantuntijuuteen ja ammattitaitoon (Jyrkkiö & Riistama 2008, 79).

Tilitoimiston asiakkaat voivat tuntea saman palvelun monella eri tavalla, kun taas tilitoimiston kannalta palvelu on sama kaikille asiakkaille. Tämän takia tilitoimistoilla on hyvä olla tietoa asiakkaista ja heidän tarpeistaan sekä toiveistaan. Jotta asiakas olisi tyytyväinen, tilitoimistolta tarvitaan ratkaisukykyä asiakkaiden ongelmien ratkaisuihin sekä toimivaa tiedonkulkujärjestelmää. Tilitoimistolle parasta markkinointia on tyytyväinen asiakas. Tyytymätön asiakas kertoo kokemuksistaan noin yhdel-

lettoista muulle henkilölle, kun taas tyytyväinen asiakas kertoo keskimäärin kolmelle muulle henkilölle (Anttila & Iltanen 2001, 50 – 52).

Kriittisiä tilanteita tapahtuu tutkittaessa asiakastyytyväisyyttä. Nämä tilanteet voivat vaikuttaa nopeasti myös asiakastyytyväisyyden tilaan joko myönteisesti tai kielteisesti. Asiakkaalle tärkeä tilanne ja totutusta tai odotetusta poikkeava kokemus voi olla asiakkaalle edellä mainittu tilanne. Kriittiset tilanteet, jotka ovat kielteisiä, mahdollisesti vahvistavat asiakassuhdetta tai sitten ne johtavat tilanteisiin, jotka ovat peruuttamattomia. Useat eri asiat vaikuttavat kriittisiin tilanteisiin. Näitä ovat esimerkiksi muutokset ympäristössä sekä asiakkaan elämäntilanteissa (Arantola 2003, 34).

### **3.2 Asiakaspalvelu**

Asiakkaan näkökulmasta asiakaspalvelu koostuu monesta vaiheesta, joita ovat odotukset ja mielikuva, mahdollinen ajanvaraus, ympäristön vaikutelma, sisääntulovaihe, odotusvaihe, palvelutapahtuma, palvelusta irrottautuminen, jälkivaikutelma, jälkihoito ja jälkimarkkinointi että kokemukset. Asioitaessa ensimmäisen kerran yrityksessä yrityksen markkinointiviestintä sekä kuulopuheet vaikuttavat palveluodotuksiin (Lepola, Pulkkinen, Raivio, Selinheimo & Sulkanen 1998, 24).

Asiakkaalle asiakaspalvelu on häntä varten tehty palvelu, jolloin palvelun laatu on erinomaista. Ennakkoon ei voi antaa asiakaspalvelua, vaan se tapahtuu yhdessä asiakkaan kanssa asiakaspalvelutilanteen aikana. Työskenneltäessä asiakaspalvelutehtävissä tavataan päivittäin erilaisia asiakkaita ja silloin on toimittava sen mukaisesti (Rissanen 2006, 17).

Palveluyrityksen toiminnan kaikista tärkeimpänä toimijana on ihminen, kun puhutaan asiakkaasta ja asiakaspalvelijasta. Asiakaspalvelija vastaa henkilöstöpolitiikan hyvinvoinnista, joka on työnjohdon oikeaoppisen henkilöstöhallinnan kanssa tärkeimpiä tekijöitä yrityksen menestykseen vaikuttavissa asioissa. Palveluyrityksen

johdon ammattitaito ja asiantuntemus määrittelevät paljolti asiakaspalvelutilanteita (Joutsenkunnas 1990, 42).

Palvelut voidaan jakaa neljään eri piirteeseen:

- Palvelut voivat olla osaksi aineettomia.
- Palvelut nähdään prosesseina tai toimintasarjoina.
- Palveluita voidaan samanaikaisesti tuottaa ja kuluttaa.
- Palveluita kulutettaessa asiakas voi tuottaa itse palvelua osallistuksessaan siihen (Valvio 2010, 46 – 47).

Palvelu on laadukasta, kun asiakaspalvelutilanteet voidaan hoitaa virheettömästi. Selkeillä ohjeilla ja työhön perehdyttämisellä voidaan vähentää virheitä. Virheiden tapahduttua niistä on hyvä kertoa nopeasti, jotta ne voidaan korjata mahdollisimman pian. Jos asiakas tuntee saaneensa palvelua, joka ei tyydytä, on hyvä käydä tilanne läpi asiakaspalvelijan sekä asiakkaan kanssa. Samankaltaisten tilanteiden ehkäisemiseksi on hyvä miettiä erilaisia keinoja (Reinboth 2008, 103).

### **3.3 Asiakaspalvelun laatu**

Palveluyrityksen tärkeimpiä kilpailukeinoja on palvelun laatu. Sitä voidaan tarkastella monella eri tavalla. Joidenkin yrityksien mielestä tärkeimpiä kilpailukeinoja on palvelun laatu, vaikkeivät ne mieti lainkaan palveluiden tuottamisessa ja markkinoinnissa palvelun laadun olemusta, sisältöä eikä merkitystä (Kuusela 2002, 119).

Yrityksen henkilökunnan on hyvä sopia keskenään, mikä on hyvää palvelua ja mikä huonoa. Asiakkaan henkilökohtaisista käsityksistä syntyy mielikuva palvelun laadusta. Asiakkaan kokemuksen odotukset ja niiden ylitykset tekevät asiakkaasta tyytyväisen. Kokemukset verrataan odotuksiin, jolloin menetetty luottamus on hankala saada takaisin (Lahtinen 2004, 5).

Asiakkaat odottavat hyvää palvelua. Jokaisella on oma käsityksensä, millaista hyvä palvelu on. Asiakaskeskeisyydellä oletetaan, että palvelun tuottaja katsoo asiakkaiden silmin palvelun laatua. Yrityksen on selvitettävä, mitkä ovat sellaisia asioita, joita heidän tavoittelemansa asiakkaat arvostavat. Kaksi yritystä, jotka toimivat samalla alalla, voivat tarjota eri tasoista palvelua asiakkailleen pitämällä heidät silti tyytyväisinä (Ylikoski 2001, 117).

Asiakas tuntee palvelun laadun olevan joko hyvää tai huonoa. Yleensä asiakaspalvelijalla on erilainen näkemys kuin asiakkaalla. Palvelun laatu muodostuu asiakkaan tuntemasta tunteesta palvelutilanteesta, johon vaikuttaa asiakkaan odotukset ja havainnot palvelutilanteesta (Rissanen 2006, 17).

Eri tarkastelunäkökulmia käyttäen laatukäsitteellä on monia erilaisia tulkintoja. Yleisesti laadun käsitteellä tarkoitetaan asiakkaiden tarpeiden täyttämistä, mikä tapahtuu mahdollisimman tehokkaasti ja kannattavasti yrityksen kannalta. Kehityksen salliessa pyritään laadun suoritustason jatkuvaan parantamiseen. Virheitä ei tehdä, vaan asiat tehdään joka kerta oikein jo ensimmäisellä kerralla (Lecklin 2006, 18).

Mikäli palvelu on huonompaa, mitä asiakas odotti, asiakas reagoi voimakkaammin, kuin jos odotukset olisivat ylittyneet. Vakioasiakkaat katsovat ohi silmien pienemmät puutteet kuin muut asiakkaat, mutteivät siedä pettymyksiä. Mielikuva palvelusta syntyy, kun palvelutapahtumaa vertaa omiin odotuksiinsa. Yrityksen pitää tehdä palvelun odotuksista sellaisia, jotka ovat mahdollisia. Tällöin asiakas ei pety saamaansa palveluun. Asiakas huomaa helposti virheitä palvelusta, jos hänellä on kielteinen käsitys palvelun tuottajasta. Jos taas palvelu on myönteisempää kuin mitä asiakas odotti ja kuva palvelun tuottajasta on myönteinen, palvelun laatu on parempaa (Lahtinen 2004, 6).

Palvelun laatu voidaan jakaa myös pehmeään tai kovaan laatuun. Pehmeässä laadussa korostuvat inhimilliset asiat ja kovassa laadussa taas taloudelliset asiat. Sik-



si on tärkeää, että molemmat ovat tasapainossa toisiaan nähden, ettei toinen nouse hallitsevaan asemaan (Valvio 2010, 78 – 82).

### **3.4 Asiakastyytyväisyys**

Asiakastyytyväisyys koostuu asiakkaan odotuksista ja kokemuksista sekä niiden välisestä suhteesta. Asiakkaat ostavat ensimmäisellä kerralla odotuksien perusteella, seuraavalla kerralla ostotapahtumassa verrataan asiakaspalveluodotuksia sekä –kokemuksia. Asiakkaan saamasta palvelusta asiakaspalveluodotukset ja laatuvaatimukset nousevat joka kerta. Pitkäaikaisia asiakassuhteita tavoiteltaessa asiakkaan on saatava parasta palvelua kaikilta asiakaspalvelijoilta. Asiakastyytyväisyydellä voidaan ennustaa yrityksen tulevaisuuden menestys (Lahtinen & Isovii-ta 1998, 50 - 52).

Yrityksen tulevaisuuden suuntaan vaikuttaa asiakastyytyväisyys. Asiakastyytyväisyyden heiketessä heikkenee myös yrityksen markkinaosuus. Tämän vuoksi yrityksen ei tulisi kiinnittää huomioita markkinaosuuteensa, vaan asiakkaiden tyytyväisyyteen. Mitä korkeampi on asiakkaiden tyytyväisyyden taso, sitä varmemmin pysyvät asiakkaat (Kotler 2005, 13).

Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat kaikki asiakkaan yhteydet yritykseen. Yhteys voi olla muun muassa palvelun, henkilön, ympäristön tai tukijärjestelmän kanssa. Ympäristöllä voidaan tarkoittaa esimerkiksi yrityksen siisteyttä ja tukijärjestelmällä laskutusta tai tietoliikennettä (Rope 2005, 536).

Asiakas tyydyttää tarpeensa käyttämällä palvelua. Palvelun ominaisuudet ja sen käytön seuraukset saavat aikaan tyytyväisyyttä. Yhteenkuuluvuustarpeiden tyydyttäminen voi olla esimerkiksi käyttömotiveina palveluissa. Abstrakteja palvelun ominaisuuksia voivat olla erinomainen palvelu ja konkreettisena korkeatasoinen varustetaso. Psykologiset palvelun käytön seuraukset voivat olla statuksen tavoit-

telua ja toiminnalliset yrityksen keskeinen sijainti. Asiakkaalle tuottavat myönteiset kokemukset vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen (Ylikoski 2001, 151 – 153).

Tärkeä mittari yrityksen menestystä mitattaessa on asiakastyytyväisyys. Jos asiakastyytyväisyys on huono ja yrityksen taloudellinen tilanne hyvä, ei voida tulevaisuudessa taata menestystä. Eri asiakkailla on omanlaiset kokemuksensa ja odotuksensa yrityksen toiminnasta. Asiakkaiden tyytyväisyys on yksilöllinen sekä suhteellinen näkemys. Vaihtelevat käsitykset asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä voivat vaihdella myös yrityksen työntekijöillä, ja nekin voivat erota vielä asiakkaiden käsityksestä. Jos yritys ei selvitä asiakkaittensa tyytyväisyyttä, ei työntekijöillä ole siitä tarpeeksi tietoa (Rope & Pöllänen 1994, 58 – 59).

Asiakastyytyväisyydestä tehtävillä tutkimuksilla pyritään parantamaan asiakkaiden tyytyväisyyttä ja niiden avulla seuraamaan tehtävien toimenpiteiden vaikutuksia. Asiakastyytyväisyystutkimuksella on päätavoitteita neljä:

1. Selvittämällä keskeisten tekijöiden vaikutus asiakastyytyväisyyteen.
  - Mitkä tekijät tuottavat tyytyväisyyttä asiakkaille yrityksen liiketoiminnassa?
2. Asiakastyytyväisyystason mittaaminen tällä hetkellä.
  - Yrityksen suoriutuminen asiakastyytyväisyyden tuottamisesta.
3. Toimenpide-ehdotuksien tuottaminen.
  - Toimenpiteitä asiakastyytyväisyyden kehittämiseen.
  - Toimenpiteiden tärkeysjärjestys.
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuraaminen.
  - Mitata asiakastyytyväisyyttä tasasin väliajoin, nähdäkseen asiakastyytyväisyyden kehittymisen ja korjaavien toimenpiteiden vaikutuksen (Ylikoski 2001, 156).

### 3.5 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Kun asiakas haluaa palvelua tai tuotetta, hänen halunsa perustuu tarpeeseen, jolloin mukana voi olla myös tiedostamattomia tarpeita. Näitä voivat olla esimerkiksi yhteenkuuluvuuden, arvostuksen sekä hyväksytyksi tulemisen tarpeet. Palvelun ominaisuuksista halutaan niitä, jotka vaikuttavat asiakkaan saamiin myönteisiin kokemuksiin, kun halutaan tehdä asiakas tyytyväiseksi. Palvelusta saatava arvo vaikuttaa asiakkaan kokemaan palveluun, eli paljonko asiakas kokee panostavansa saamaansa palveluun verrattaessa palvelusta saatavaan hyötyyn. Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttavat asiakastyytyväisyys, palvelun laatu sekä asiakkaan saama arvo, jotka ovat kiinteästi toisiinsa liittyviä. Kaikkiin edellä lueteltuihin seikkoihin voidaan vaikuttaa markkinoinnilla. Yksittäisen palvelun tasolla ja kokonaistyytyväisyytenä voidaan tarkastella edellä mainittua asiakastyytyväisyyttä. Tällöin asiakas voi olla tyytymätön johonkin tiettyyn yrityksen palvelun osaan, vaikka on tyytyväinen itse yritykseen tai toisinpäin (Ylikoski 1999, 151 – 153).

Asiakaspalvelusta tiedetään tänä päivänä paljon enemmän kuin aikaisemmin. Asiakkaat osaavat vaatia hyvää palvelua, koska on varaa valita, mistä he palvelunsa hankkivat. Kun asiakkaat saavat hyvää palvelua, he tulevat myös takaisin uudestaan (Harris 2007, 2).

Asiakaslähtöisyys on yritysten perusarvo. Käsitteenä nykypäivän asiakaslähtöisyys on saanut muotonsa tarkastelumalleista eri vuosikymmeniltä, joiden perustana on ollut asiakaskohtaaminen. Tämän onnistumisen kautta yritys voi saada asiakkaastaan uskollisen asiakkaan, joka on tyytyväinen yritykseen sekä sen palveluihin tai tuotteisiin, jolloin yritys voi hyvin menestyä erinomaisesti. Jotta tähän pisteeseen päästäisiin, täytyy huomioida myös kustannukset ja hinta. Kun hinnoittelu- ja kustannusajattelu sekä asiakkaan tapaamiset sidotaan yhteen, saadaan edellä kerrottu asiakkuusajattelun perusidea esille. Näiden edellä mainittujen kolmen asian yhteissummmana on asiakkuuden syntyminen. Näiden kolmen asian avulla huomataan, että osa tapaamisista on erityisen kriittisiä hetkiä, eivätkä kaikki tapaamiset

ole totuuden hetkiä. Tällä hetkellä asiakkuusajattelussa asiakaspääoman johtaminen on puhutuin ajattelutapa. Asiakaspääoman johtamisessa on siirrytty asiakaskannan tasolle yksittäisten asiakkuuksien tarkastelun sijasta. Asiakaskannan jaottelu liiketoimintavaikutusten perusteella erilaisiin asiakasryhmiin ja asiakasvalinta ovat asiakaskannan keskeisimpiä asioita. Asiakkuuksia on voitava tarkastella sekä taloudellisilla mittareilla että koko yrityksen tasolla (Arantola 2006, 28 – 29).

Yrityksen työntekijän arvostama oma ammattitaito ja sen myötä vahva ammatti-identiteetti luovat asiakkaalle luottamusta työntekijän ammattitaidosta. Asiakkaan on helpompi asioida työntekijän kanssa, joka täyttää edellä mainitut ominaisuudet, mikä saa asiakaspalvelutilanteen tuntumaan turvalliselta ja luotettavalta. Kun työntekijä uskoo omiin taitoihinsa ja ammattitaitoonsa hänen on helpompi keskittyä asiakkaan tarpeisiin (Häkkinen & Uski 2006, 11 – 12).

### **3.6 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen**

Jokaisella yrityksellä on jonkinlainen käsitys siitä, ovatko yrityksen asiakkaat tyytyväisiä. Yritys on voinut saada asiakkailta kommentteja tai palautetta, joista se tietää asiakkaiden tyytyväisyyden yritykseen. Yritys voi tietää myös asiakkaiden tyytyväisyyden yrityksen taloudellisen tilanteen tai asiakaskunnan laajuuden mukaan. Myös yrityksen sisällä eri tasoilla on omat käsityksensä asiakastyytyväisyydestä. Edellä mainitut asiat antavat käsityksen asiakastyytyväisyydestä, mutta eivät välttämättä kerro koko totuutta tyytyväisestä tai tyytymättömästä asiakkaasta. Kun halutaan tietää tarkemmin asiakkaille tuottamista tyytyväisyyden tunteista, voidaan tehdä asiakastyytyväisyystutkimus. Jotta saataisiin monipuolinen kuva asiakastyytyväisyydestä, tarvitaan lisäksi asiakaskohtaamisissa syntyvää tietoa sekä asiakkaan antama suora palaute. Jokaisesta asiakaskohtaamisesta tulisi saada kehittämisen aineita. Samalla saadaan tietoa palvelun laadusta, kun tehdään asiakastyytyväisyystutkimus, koska laatu vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen (Ylikoski 1999, 155 – 156; Aarnikoivu 2005, 37 - 38).

Mitattaessa asiakastyytyväisyyttä havaitaan korjattavia asioita, opitaan ymmärtämään asiakkaan vaatimuksia sekä huomataan hyvän yhteistyön tekijöiden muodostuminen. Asiakastyytyväisyyttä mitattaessa on tähdättävä asiakasta tyydyttävään laadun tuottamiseen. Asiakkaiden odotukset sekä niiden toteuttaminen erilaisissa toiminnoissa on otettava huomioon mitattaessa asiakastyytyväisyyttä. Asiakas on tyytymätön, jos hänen odottamat odotukset ja toteuma eivät kohtaa toisiaan (Lotti 2001, 67 – 71).

Asiakastyytyväisyys voidaan jakaa myös asiakkaan kuuntelun jokapäiväiseen kuunteluun sekä analyyttiseen etenemistapaan. Analyttinen tapa jaetaan kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimukseen. Määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus on käytetyin tapa suomalaisessa markkinatutkimuksessa. Tällöin kvantitatiivisen tutkimuksen aineisto on hyvin laaja ja kattava, jolloin se on tilastollisesti luotettava, mutta hyvin ohut sisällöllisesti. Tämän takia tutkimuksen laatu korvataan tutkimukseen osallistuvien määrällä, koska halutaan tehdä tutkimukset mahdollisimman halvalla. Vaikka tutkimuksen aineisto on luotettava tilastollisesti, se ei tarkoita sitä, että tutkimuksen sisältö olisi hyvää. Kun tehdään kyselyjä kirjeitse tai puhelimitse, voi ongelmana olla vastanneiden henkilöiden erityinen myönteinen mieli tutkittavalle menetelmälle tai kohteelle. Jos tutkimukseen osallistumatta jättäneet henkilöt olisivat osallistuneet tutkimukseen, voisi tulos olla huomattavasti erilainen. Myös tutkimuksessa annetut asteikot ja vastausvaihtoehdot voivat helposti olla tulkinnallisia, koska tutkimukseen osallistujat ovat voineet ymmärtää ne eri lailla kuin muut osallistujat (Mattinen 2006, 46 – 48).

Laadullinen tutkimus eli kvalitatiivinen tutkimus koostuu asiakaskeskusteluista. Tällöin kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto ei ole tilastollisesti luotettava, koska se johdetaan tutkimuksen tehneen tutkijan tulkinnasta. Tutkimuksen tekijän on oltava kokenut ja tuntea tutkittava kohde hyvin, koska kvalitatiivinen tutkimus on vaativa menetelmä. Tällöin tehty laadullinen tutkimus on tekijän näkemys tehdystä aiheesta. Laadullinen tutkimus voi vastata kysymykseen ”Miksi on tapahtunut tai onko tapahtunut jotakin sellaista, josta emme tiedä”. Määrällinen tutkimus vastaa kysymyk-

seen ” Mitä ja miten on tapahtunut”. Molemmat tutkimustavat sisältävät huomattavia heikkouksia ja virheitä, jolloin olisi hyvä tarkastella tutkimuksissa molempia tapoja toistensa tukena (Mattinen 2006, 48 – 51).

### **3.7 Asiakaspalvelun/tyytyväisyyden kehittäminen**

Asiakastyytyväisyyttä voidaan parantaa vähentämällä tyytymättömyystekijöitä. Vähentämisellä tarkoitetaan liiketoiminnan kaikilla kontaktipinnoilla odotustason täyttymistä ja palvelun pysymistä tasaisena. Yrityksen tulisi katsoa, että kaikki tyytymättömyystekijät hoidetaan kuntoon ja pyritään korvaamaan hyvin ja pian. Tämän lisäksi on hyvä reagoida asiakaspalautteeseen heti. Käyttämällä hyväksi pienet myönteiset yllätystekijät, parannetaan asiakastyytyväisyyttä. Nämä yllätystekijät on helpoimmin toteutettu ylimääräisillä asioilla, jotka liittyvät toimintaprosesseihin ja henkilökontakteihin. Yllätystekijät osoittavat huomaavaisuutta, joka on huomioitava niitä valittaessa (Lehmus & Korkala 1996, 79).

Yrityskulttuurilla on tärkeä merkitys asiakastyytyväisyyden parantamisessa. Yrityskulttuurissa osoitetaan, miten tulisi käyttäytyä yhteisöissä ja millä tavoin asioita hoidetaan. Yrityksen sisäiset projektit eivät saavuta haluttua tulosta, jolleivät ne käy yhteen yrityksessä vallitsevan kulttuurin kanssa. Yrityksen sisäisiä projekteja voivat olla esimerkiksi asiakaspalvelukoulutukset. Yrityksen työntekijät tuntevat epävarmuutta heikossa yrityskulttuurissa. Näin voi tapahtua, kun asiakas kertoo toiveita, jotka poikkeavat tavallisesta. Tästä voi seurata odotusaikojen pitkittymistä, epävarmaa tunnetta asiakkaalle sekä taipumaton käyttäytyminen. Jotta päästäisiin palvelukulttuuriin, on koko yrityksen henkilökunnan oltava kiinnostunut hyvästä palvelusta sekä asiakaslähtöisestä palvelusta. (Lehmus & Korkala 1996, 79 – 81.)

Yrityksen asiakkaiden, nykyisten ja tulevien, mielipiteet ovat samanarvoisia kuin menetettyjen asiakkaiden. On tärkeää tietää yrityksen kehityksen takia, miksi asiakkaat eivät enää ole yrityksen asiakkaana ja mitkä asiat ovat aiheuttaneet heille tyytymättömyyttä. Kun yrityksellä on tiedossa asiakkaan odotukset ja pettymykset,

on helpompaa kehittää palvelun laatua. Yritykselle asiakkaiden valituksilla pitäisi olla suuri merkitys ja positiivinen vaikutus. Asiakastyytyväisyyttä ja myyntiä voi lisätä, jos asiakaspalautteeseen tartutaan tehokkaasti. (Isoviita & Lahtinen 1999, 64 – 65; Lele & Sheth 1991, 205.)

Asiakastutkimuksessa tärkeintä on asiakkaiden kuunteleminen, mikä on mahdollista viidellä eri tavalla. Asiakastyytyväisyyslukujen avulla on mahdollista selvittää asiakkaiden mielipide yrityksen tuotteiden ja palveluiden tyytyväisyyteen. Toinen tapa on valitusten ja kommenttien vastaanottaminen asiakkailta. Kolmantena tapana on kysellä asiakkailta, mikä sai heidät asiakkaaksi yritykseen. Neljäntenä tapana on markkinointitutkimus, jolloin saadaan selville, miten asiakkaat ovat saaneet tietoonsa yrityksen olemassaolon. Viimeisenä vaihtoehtona on tarkoitus saada asiakkaiden toiveet ja tarpeet täytettyä. (Jones & Sasser 1996, 57.)

## **4 Tutkimuksen kohteena olevat tilitoimistot**

Tutkimuksessamme on mukana kaksi tilitoimistoa, jotka toivoivat selvitystä lisäpalveluiden tarpeesta asiakkailleen. Tässä kappaleessa esittelemme tilitoimistot ja niiden käytössä olevia palveluita. Haastattelimme tilitoimistojen johtajia asiakkaita varten tehdyn kyselylomakkeen pohjalta, jotta voisimme vertailla asiakkaiden ja tilitoimistojen näkökulmasta tuloksia.

### **4.1. Tilitoimistojen esittely**

Tilitoimistot halusivat pysyä nimettömänä opinnäytetyössämme kilpailutilanteen ja markkinoinnin vuoksi, joten tilitoimistot on nimetty työssämme Tilitoimisto A:ksi ja Tilitoimisto B:ksi.

## *Tilitoimisto A*

Tilitoimisto A on auktorisoitu tilitoimisto, joka on palveleva, yrittäjää neuvova, laatua ja jatkuvaa koulutusta ylläpitävä tilitoimisto. Vakinaiseen henkilökuntaan kuuluu tällä hetkellä toimitusjohtajan lisäksi neljä taloushallinnon ammattilaista. Yritys tarjoaa asiakkaille monipuolisia taloushallinnon palveluita, jotka kattavat tarvittaessa pienyrityksen koko taloushallinnon. Tilitoimisto A:n asiakasyritykset hankkivat usein osan palveluistaan tilitoimistosta ja hoitavat osan toiminnoistaan itse, jolloin asiakkaat saavat juuri sellaista palvelua, jota he yritystoiminnassaan tarvitsevat. Tilitoimiston tehtävänä on palvella yrittäjää mahdollisimman hyvin taloushallinnon saralla, jotta yrittäjä voi keskittyä paremmin omaan liiketoimintaansa. Neuvontaa ja opastusta annetaan myös muilla osaamisalueilla. Tilitoimistolla on monipuolinen yritysverkosto, jonka kautta löytyy ratkaisuvaihtoehtoja moniin muihin yrittäjän tarvitsemiin palveluihin. Verkostoon kuuluu muun muassa: lakiasioiden, tilintarkastusalan, perintätoimen, mainosalan, koulutuksen ja työnohjauksen, yrityskonsultoinnin sekä tietotekniikan- ja ohjelmistoalan ammattilaisia.

Tilitoimisto A tarjoaa yrityksille niitä palveluja, joita nämä tarvitsevat taloutensa tehokkaaseen hoitamiseen. Palveluja ovat muun muassa kirjanpito, tilinpäätös, palkanlaskenta, yritysneuvonta sekä ilmoitusten tekeminen verottajalle ja muille viranomaisille. Useimmiten palveluun sovitaan kuuluvaksi asiakkaiden neuvonta ja veroasioiden hoitaminen. Tarvittaessa tilitoimisto hoitaa itse tai yhteistyökumppaneiden kautta yritysjärjestelyihin tai muihin oikeudellisiin toimenpiteisiin liittyviä asioita. Lisäpalveluina on muun muassa laskujen maksu, myyntireskontran hoito sekä alustava perintä, kohdeseuranta toimipaikoittain sekä henkilöittäin, työehtosopimus- ja eläkeneuvonta, tulos- ja maksuvalmiussuunnittelu ja yritysjärjestelyiden suunnittelu.

Tilitoimisto A:n asiakkaista suurin osa on pienyrityksiä eri puolelta Suomea. Tilitoimisto palvelee muun muassa nykytekniikasta toimeentulonsa saavia yrityksiä ja palvelualan yrityksiä eri toimialoilta. Useat asiakkaat ovat kuljetus- ja metsäalan



yrittäjiä tai rakennusalaan palvelevia yrityksiä. Myös kioskit ja kaupan alan liikkeet sekä kauneudenhoitoon ja terveydenhoitoon sekä koulutukseen ja konsultointiin liittyvät yritykset ovat tilitoimistolle tuttuja.

### *Tilitoimisto B*

Tilitoimisto B kuuluu Baker Tilly Internationaliin, joka on maailmanlaajuinen riippumattomien yritysten verkko. Verkko tarjoaa laskentatoimen palveluja eri puolilla maailmaa 110 maassa. Taloushallintoliitto valvoo Suomessa toimivia jäsen-toimistoja ja toimistot ovat auktorisoituja sekä vankasti sitoutuneet yhteisöön. Tilitoimisto B:n perusajatus on laadukkaan työn tuottaminen ammatin kokonaisvaltaisen hallinnan pohjalta. Tavoitteen saavuttamiseksi Tilitoimisto B:n työntekijät koulutetaan jatkuvasti ulkopuolisten järjestämissä tilaisuuksissa. Tilitoimisto kouluttaa myös sisäisesti työntekijöitään. Merkittävä osa koko verkoston henkilökunnasta on suorittanut KLT-tutkinnon, joka on vaativa tili-instituutisäätiön kirjanpitäjän ammattitutkinto. Tilitoimisto B:n arvoin kuuluu korkealaatuisuus ja tinkimättömyys palvelutuotannoissa sekä avoimuus viestinnässä. Tilitoimisto B haluaa olla toimissaan vastuullinen ja eettinen sekä tehdä mahdollisimman paljon yhteistyötä asiakkaiden kanssa.

Tilitoimisto B on toiminut yli kolmen vuosikymmenen ajan. Tänä aikana on muodostunut paljon suhteita alan järjestöihin ja viranomaisiin. Yritys on yhteistyössä kaikkien Suomessa toimivien kansainvälisten tilintarkastusyhteisöjen kanssa. Palvelutarjonta on monipuolisempaa kuin perinteisessä tilitoimistossa. Tilitoimisto B tuottaa taloushallinnon tietoa asiakkaan toivomuksesta joko sähköisessä tai perinteisessä muodossa. Palveluihin kuuluu kirjanpidot, palkanlaskenta, verotus, yhtiöoikeudelliset asiat, yrityskaupat, rahoitussuunnittelu, konsultointi, sähköinen taloushallinto sekä Baker Tilly Accounting.

## 4.2 Tilitoimistojen haastattelut

Kävimme haastattelemassa kummankin tilitoimiston toimitusjohtajia paikan päällä. Suunnittelimme tilitoimistoille tarkoitetut kysymykset asiakkaille tarkoitetun kyselylomakkeen pohjalta, joten asiakkaiden ja tilitoimistojen mielipiteitä olisi helppoa vertailla, kuinka niiden tarpeet ja ajatukset kohtaavat vai kohtaavatko ne ollenkaan. Seuraavassa on kysymykset, joita esitimme tilitoimistoille:

1. Kuinka paljon asiakkaita teillä on?
2. Kuinka moni asiakas sai kyselyn?
3. Kuinka suuri osa asiakkaista on pk-yrityksiä? 1-5 työntekijää?
4. Kuinka usein olette asiakkaihinne yhteydessä, millä tavoin?
5. Kuinka usein tapaatte asiakkaitanne? Ja onko sellaisia asiakkaita, joita ette tapaa ollenkaan?
6. Kuinka suuri osa asiakkaista arviolta käyttää pelkästään ydinpalveluita ja kuinka suuri osa myös joitakin lisäpalveluja? (%) Mitä lisäpalveluita?
7. Tarjoatteko asiakkaille lisäpalveluita säännöllisesti? Esittelettekö asiakassuhteen alussa kaikki saatavilla olevat palvelut? Liikevaihdon kasvaessa? Tarpeen vaatiessa?
8. Pyytävätkö asiakkaat usein apua esimerkiksi yrityksen kannattavuuden parantamiseksi tai muissa liiketoimintaan liittyvissä asioissa?
9. Tarjoatteko tällöin heille sopivia lisäpalveluita?

10. Vaikuttaako liikevaihto tai yrityksen koko tarjoamiinne lisäpalveluihin?
11. Onko kaikki palvelut kaikkien nähtävillä esim. Internet?
12. Kannustatteko työntekijöitä lisämyyntiin?
13. Ovatko työntekijänne tietoisia kaikista lisäpalveluista?
14. Veloitatteko kaikesta työstänne?
15. Kuinka aiotte jatkossa tehostaa lisäpalveluiden markkinointia/myyntiä?
16. Onko kaikilla kirjanpitäjillänne omat asiakkaat? (sama kirjanpitäjä hoitaa yhden asiakkaan kaikki asiat)
17. Kuinka usein ja missä medioissa mainostatte yritystänne?

#### **4.2.1 Tilitoimisto A**

Tilitoimisto A kertoi pyöreästi heillä olevan 150 - 200 asiakasta. Yritys lähetti kesä-, heinä-, elo- ja syyskuun aikana sähköpostitse kyselylomakkeen viidellekymmenelle asiakkaalleen, lisäksi paperisia versioita jaettiin kolmellekymmenelle. Näin ollen tilitoimisto A:n asiakkaista kahdeksankymmentä sai kyselyn. Tilitoimisto A:n asiakaskunta koostuu suurimmaksi osaksi pienistä ja keskisuurista yrityksistä. Vähintään 90 % asiakkaista on pieniä ja keskisuuria yrityksiä. Opinnäytetyössämme pienillä ja keskisuurilla yrityksillä tarkoitetaan 1 - 5 hengen yrityksiä. Yrityksiä, joissa työntekijöitä on viiden ja kymmenen välillä, tilitoimisto A kertoo olevan muutamia heidän asiakkaanaan ja loput alle 10 % yrityksistä on yli kymmenen työntekijän yrityksiä.

Asiakkaitaan tilitoimisto A tapaa kasvotusten melko harvoin. Toimitusjohtaja kertoo kuitenkin, että tällä hetkellä sellaisia asiakkaita, ketä ei olisi koskaan tavattu, on vain yksi. Asiakkaista noin 5 % on pääkaupunkiseudulla, joita tilitoimisto käy sielläkin tapaamassa silloin tällöin työmatkoillaan. Lähempänä olevia asiakkaitaan tilitoimisto tapaa myös melko harvoin. Myös puhelimitse ollaan asiakkaisiin yhteydessä usein, mutta jos kaikki toimii ja paperit toimitetaan ajallaan eikä asiakkaalla ole suurempia kysymyksiä, ollaan heihin luonnollisesti yhteydessä harvemmin. Suurin osa, noin 80 % asiakkaista toimittaa kaiken tarvittavan aineiston sähköpostitse. Vain harvat käyvät tilitoimistossa.

Lisäpalveluita tilitoimisto A:n asiakkaat käyttää hyvin vähän. Suurin osa, jopa 95 % käyttävät vain ydinpalveluita. Loput 5 % käyttää joitakin lisäpalveluita liiketoimintansa kehittämiseen. Lisäpalveluista tilinpäätösennusteita ja tilinpäätösanalyysijä sekä verosuunnittelua ja neuvontaa annetaan kuitenkin kaikille asiakkaille jossakin vaiheessa asiakassuhdetta, joillekin jopa säännöllisesti, kertoo tilitoimisto A:n toimitusjohtaja. Muita lisäpalveluita käytetään vähän, näitä ovat esimerkiksi maksuvalmius, kassavirtalaskelmat, katelaskelmat, investointilaskelmat ja budjetointi. Joitakin harvinaisia palveluja annetaan ja tarjotaan asiakkaille tilanteen niin vaatiessa, kuten yrityksen perustamiseen liittyvä neuvonta, yhtiömuodon muutosasiat, omistajanvaihdokset ja liikeidean arvioiminen.

Lisäpalveluita tilitoimisto A esittelee asiakkailleen tarpeen vaatiessa. Ei niin, että asiakassuhteen alussa esitellään kaikki saatavilla olevat palvelut ja tyrkytetään asiakkaalle mahdollisimman monta palvelua. Tavoitteena on aina pitkäaikainen ja tyytyväinen asiakassuhde ja palveluita tarjotaan yrityksen toiminnan ja palveluiden tarpeen mukaan. Asiakkaalle tarjotaan vain palveluita, jotka tuottavat asiakkaan toimintaan lisäarvoa. Myös asiakkaan yrityksen koko ja liikevaihto sekä toimiala vaikuttavat olennaisesti asiakkaalle tarjottaviin palveluihin.

Tilitoimisto A pyrkii olemaan ajan tasalla asiakkaan tilanteesta, joten tavoitteena on etukäteen tarjota asiakkaille vinkkejä esimerkiksi asiakasilloissa yrityksen kannattavuuden parantamiseen ja muihin liiketoiminnan parantamiseen liittyvissä asioissa eikä niin, että asiakas itse joutuu kääntymään tilitoimiston puoleen vasta kun jo huomaa olevansa pulassa. Tilitoimiston tarkoituksena on hyvissä ajoin tarttua mahdollisiin epäkohtiin, joita voisi jo etukäteen parantaa.

Tilitoimisto A:lla on palveluita käytössä laidasta laitaan. On paljon sellaisia palveluita, joita ei esimerkiksi Internet-sivuilla ole nähtävissä. Tilitoimiston työntekijät kuitenkin tietävät kaikki tarjolla olevat palvelut, eikä Internetissä kaikkia palveluita edes haluta olevan luettelossa, koska sivujen halutaan olevan selkeät ja houkuttelevat. Myös kilpailutilanteen vuoksi vain pääpalvelut halutaan luetella, osa asioista kerrotaan asiakkaille kasvotusten ja käytetään niin sanottua pelisilmää, mitä kukin asiakas omassa toiminnassaan tarvitsee.

Toiset tilitoimistot kuulemma veloittavat jopa puhelimessa vietetyistä minuuteista erikseen. Jos esimerkiksi asiakas soittaa, laitetaan aika muistiin ja tämän mukaan laskutetaan. Tilitoimisto A:n kaikki palvelut maksavat ja kaikista palveluista veloitetaan, mutta ei kaikista annetuista neuvoista, vaikka esimerkiksi puhelinkeskustelu kestäisi kuinka kauan. Tietyt neuvot ja ajankäyttö tilitoimiston henkilökunnalta sisältyvät tiettyyn palveluun. Pienessä tilitoimistossa pienyrittäjien kanssa täytyy toimintaprosessin olla toimitusjohtajan mukaan sen verran aikaa sietävää, että asiakkaat palvellaan hyvin ja asiakkaalle annetaan neuvoja ilman, että jokaisesta lisäminuutista laskutetaan erikseen. Kaikilla kirjanpitäjillä on omat asiakkaansa, joten he tietävät ja tuntevat asiakkaan tilanteen hyvin, kun yksi kirjanpitäjä pysyy vuodesta toiseen ja hoitaa kaikki yritykseen liittyvät asiat alusta loppuun.

Tilitoimistojen mainonta on vähäistä. Tilitoimisto A:lla on mainos neljä kertaa vuodessa Yrittäjäpostissa. Lisäksi mainontaa on taloushallintoliiton kautta, perinteinen mainonta ei tilitoimistoalalla toimi. Yrityksellä on tulossa uusasiakashankinta, joka toteutetaan suoramainontakirjein. Tämän jälkeen asiakkaille soitetaan ja pyritään

sopimaan tapaaminen. Tilitoimisto A on myöhemmin liittymässä pienyrittäjän tilitoimistoverkostoon, jolla on oma konsepti omalle kohderyhmälle. Tilitoimisto A:lla on määrätty laatu- ja toimintasysteemi tälläkin hetkellä asiakkaitaan ja myyntitavoitteita varten, mutta uuden konseptin myötä toiminta keskittyy enemmän juuri markkinointiin ja lisämyyntiin. Lisäksi uusille asiakkaille markkinoidaan tilitoimistopalveluita uudella systeemillä.

#### **4.2.2 Tilitoimisto B**

Tilitoimisto B:llä on noin 150 asiakasta. Kyselyitä toimisto lähetti Web-lomakkeilla noin sadalle. Paperisia kyselylomakkeita ei jaettu asiakkaille ollenkaan. Pien- ja keskisuuria yrityksiä tilitoimisto B:llä on noin 90 % asiakkaistaan. Tilitoimisto B on asiakkaisiinsa yhteydessä noin kerran kuukaudessa puhelimitse ja sähköpostitse, asiakkaat käyvät toimistossa harvoin. Raportit toimitetaan puolin ja toisin aina sähköpostitse. Tilitoimisto B:n toimitusjohtaja arvioi noin 10 % asiakaskunnasta olevan sellaisia, joita he eivät ole tavanneet ollenkaan.

Tilitoimisto B:n toimitusjohtaja ei pitänyt tutkimusta lisäpalveluiden tarpeesta läheskään niin tärkeänä kuin tilitoimisto A:n toimitusjohtaja. Myöskään lisämyynti ja uusasiakashankinta ei ole hänen mielestään tällä hetkellä tärkeää. Tilitoimisto on pieni ja sillä on muutama työntekijä. Omistaja oli sitä mieltä, että niin kauan kuin kaikilla on tarpeeksi asiakkaita, ei näihin asioihin tule keskittyä. Myös palveluiden lisämyynnistä hän oli sitä mieltä, että on turhaa tarjota erikseen maksavia lisäpalveluita asiakkaille, joilla toiminta on niin suppeaa ja henkilökuntaa ja asiakkaita on vähän.

Tilitoimisto B:n omistaja korosti koko haastattelun ajan asiakaslähtöisyyttä ja sitä, että pienen tilitoimiston tulee olla asiakkaitaan kohtaan hienotunteinen ja liialla lisämyynnillä voisi olla hänen mielestään haittaakin asiakassuhteille, jos asiakas on tyytyväinen sillä hetkellä saamiinsa palveluihin eikä asiakkaalla ole tarvetta muuhun kuin ydinpalveluihin, ei lisäpalveluita edes esitellä tai tarjota. Myös tilitoimisto

B:llä sama kirjanpitäjä hoitaa aina yhden asiakkaan kaikki palvelut, jotta asiakassuhteesta tulisi mahdollisimman kiinteä ja kirjanpitäjä tuntisi yrityksen mahdollisimman hyvin. Jos lisäpalveluiden tarvetta yritykselle tulisi, osaisi kirjanpitäjä tätä heti tarjota asiakkaalle.

Tilitoimisto B:n omistaja ei osannut eritellä, kuinka monta prosenttia asiakkaista käyttäisi muitakin kuin ydinpalveluita, mutta yleisimmät lisäpalvelut, joita heidän asiakkaansa käyttävät, ovat suurimmissa määrin sähköiset palvelut, kuten ostolaskujen käsittely, verkkolaskut ja verkkopalkat sekä Asp-palvelut kuten myyntilaskutus, palkkakirjanpito, ostoreskontra, myyntireskontra ja varastokirjanpito. Asp-palvelu on palvelu, jossa ohjelmisto toimitetaan verkon kautta sovellusvuokraajan palvelimelta asiakkaalle. Tämän ansiosta asiakkaan ei itse tarvitse ostaa kokonaan kallista ohjelmistoa vaan pienyrityksetkin saavat käyttöönsä ohjelmiston vuokraamalla tämän tilitoimiston kautta.

## **5 Tutkimus**

Tässä luvussa käsittelemme taustaa, kuinka päädyimme tekemään tutkimusta juuri näille tilitoimistoille, mistä saimme aiheen tutkimukselle, tutkimuksen tavoitteita ja rajausta, kuinka toteutimme tutkimuksen sekä mitä tutkimusmenetelmää käytimme. Esittelemme myös tutkimustulokset ja teemme tulosten perusteella yhteenvedon ja johtopäätökset.

### **5.1 Tausta ja toteutus**

Mietimme pitkään vaihtoehtoja ja aiheita opinnäytetyöhömmе. Olimme päättäneet jo aikaisemmin, että teemme työn yhdessä. Toinen meistä työskenteli aikaisemmin tilitoimisto A:ssa ja otti myös työpaikallaan puheeksi, että opinnäytetyön teko lähestyy ja aihe on vielä mietinnässä. Tilitoimisto A ehdotti meille, että voisimme tehdä sille tutkimuksen esimerkiksi asiakastyytyväisyydestä. Otimme aiheen puheeksi

koululla ohjaavan opettajan kanssa ja hän oli sitä mieltä, että aihe on ihan sopiva. Opettaja sekä tilitoimisto A:n toimitusjohtaja olivat kuitenkin sitä mieltä, että työssä olisi hyvä paneutua myös johonkin muuhunkin asiaan kuin pelkkään asiakastyytyväisyyteen. Niinpä tilitoimisto A ehdotti meille, että voisimme tutkia mitä tilitoimiston lisäpalveluita asiakkaat mahdollisesti on vailla tilitoimiston ydinpalveluiden lisäksi.

Tilitoimisto A:n asiakaskunta koostuu enimmäkseen pienistä ja keskisuurista yrityksistä, joten päätimme suunnata opinnäytetyömme kyselyn vain tällaisille yrityksille. Pienillä ja keskisuurilla yrityksillä tarkoitamme tässä työssä yrityksiä, joilla on palveluksessaan 1 - 5 työntekijää. Aluksi lähdimme kyselemään halukkaita osallistujia tutkimukseen Lappeenrannan ja Etelä-Karjalan alueen tilitoimistoilta. Kovin-kaan moni tilitoimisto ei vain ollut halukas osallistumaan tutkimukseen. Tilitoimisto A:n johtaja ehdotti, että voisimme kysyä tilitoimisto B:tä mukaan ja tilitoimisto B oli-kin kiinnostunut tällaisesta tutkimuksesta. Myös tilitoimisto B:n asiakaskunta koos-tuu suurimmaksi osaksi pienistä ja keskisuurista yrityksistä. Seuraavaksi selvitim-me tilitoimisto A:n ja B:n asiakasmäärän yhteensä ja päätimme, että heidän asiak-kaansa riittävät määrältään tutkimukseen, joten emme enää etsineet lisää tilitoimis-toja mukaan tutkimukseemme.

Kun olimme löytäneet tilitoimistot, jotka osallistuvat opinnäytetyömme tutkimuk-seen, lähdimme tutkimaan, mitä palveluita tilitoimistoilla yleisesti on tarjota asiak-kaille ja mitä lisäpalveluita tilitoimistoalalla on olemassa. Tämän jälkeen esitimme listan kaikista löytämistämme palveluista tilitoimisto A:lle ja B:lle. Listasta pyysim-me katsomaan sellaiset palvelut, joita heillä on tarjolla asiakkaille ja joita he pystyi-sivät tarjoamaan. Tämän jälkeen kun kaikki mahdolliset palvelut olivat selvillä, aloimme hahmotella kyselylomaketta aihealueittain. Kun ensimmäinen kyselyloma-ke oli tehty, mietimme sitä ohjaavan opettajan kanssa ja teimme parannuksia lo-makkeeseen. Tämän jälkeen lähetimme lomakkeen tilitoimistoille ja pyysimme hei-tä miettimään lisää kysymyksiä ja parannusehdotuksia. Sovimme ohjaavan opetta-jan ja tilitoimistojen johtajien kanssa yhteistapaamisen, jossa muokkaisimme lopul-lisen kyselylomakkeen valmiiksi. Tapaaminen auttoi taas hieman meitä eteenpäin



mietittäessä kyselylomakkeen lopullista versiota. Kun kyselylomake oli valmis, pyysimme tilitoimistojen ja ohjaavan opettajan vielä katsomaan sen läpi ja korjasimme virheet. Tämän jälkeen suunnittelimme saatteen asiakkaille ja sovimme tilitoimistojen kanssa, että saatteeseen sisällytetään arvontakuponki, jossa kaikkien vastaajien kesken arvotaan laivaristeily.

Seuraavaksi sovimme tilitoimistojen kanssa siitä, kuinka toteuttaisimme kyselyn. Päädyimme paperiseen tulostettuun versioon, jonka asiakkaat voisivat täyttää käydessään tilitoimistoissa ja lisäksi teimme Webropol-ohjelmalla verkossa täytettävän kyselylomakkeen, jonka tilitoimistot lähettivät asiakkailleen sähköpostitse saatteineen. Ehdotimme tilitoimistoille, että voimme toimittaa kyselyt asiakkaille heidän puolestaan, mutta emme saaneet tilitoimistojen asiakkaiden tietoja, tilitoimistot halusivat itse toimittaa kyselyt asiakkailleen. Samalla kun tilitoimistojen oli määrä lähettää kyselyt kaikille asiakkaille sähköpostitse, niiden oli määrä tulostaa asiakkaille myös paikan päällä täytettäviä kyselylomakkeita saatteineen tilitoimistojen aulaan ja pyytää kaikkia kävijöitä täyttämään paikan päällä kysely, ellei asiakas ollut ehtinyt jo vastaamaan verkossa olleeseen kyselyyn.

Valmiit tulostettavat lomakkeet lähetimme tilitoimistoille toukokuun lopussa 2010 ja web-kyselylomakkeet lähetimme 18.6.2010, jolloin tilitoimistot lupasivat laittaa heti lomakkeet asiakkaiden saataville. Saatteessa ilmoitimme asiakkaille vastausaikaa olevan 31.7.2010 saakka. Soitimme tilitoimistoille 20.7.2010 ja kysyimme, kuinka paljon paperisia kyselylomakkeita oli täytetty. Tulos oli alle kymmenen asiakasta tilitoimisto A:lla. Tällöin Web-kyselyitä oli palautunut meille yhdeksän. Tilitoimisto A:n toimitusjohtaja lupasi lähettää sähköpostilla vielä kyselyitä asiakkaille ja tarjota kaikille toimistossa kävijöille täytettäväksi kyselylomakettamme. Heinäkuun lopussa laitoimme molemmille tilitoimistoille sähköpostia ja ilmoitimme, että vastausaikaa voi antaa asiakkaille syyskuun puoliväliin saakka. Soitimme vielä kysellyksemme tuloksia syyskuun alussa, jolloin tilitoimisto B ilmoitti, etteivät he ole käyttäneet ollenkaan paperilomakkeita ja sähköpostitsekin kysely oli lähetetty vain noin sadalle asiakkaalle. Tilitoimisto A oli jakanut paperilomakkeita ja saanut vastauksia

kaksitoista, ja sähköpostitse he olivat lähettäneet kyselyn vain noin viidellekymmenelle.

## **5.2 Tavoitteet ja rajaukset**

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, ovatko tilitoimistojen jo olemassa olevat asiakkaat kiinnostuneita tilitoimistojen tarjoamista lisäpalveluista ja jos ovat, niin mitkä tilitoimistojen tarjoamat lisäpalvelut vaikuttavat oleellisilta pienille ja keskisuurille yrityksille. Samalla selvitämme, ovatko asiakkaat tyytyväisiä tilitoimiston palvelun laatuun ja hintaan ja jo heidän käytössään oleviin palveluihin. Tutkimme myös, millä perusteella asiakkaat ovat valinneet juuri käyttämänsä tilitoimiston ja mitä asioita asiakkaat pitävät tilitoimiston ominaisuuksista tärkeinä. Tavoitteena siis on, että tilitoimiston ja asiakkaiden väliset tarpeet saataisi tutkimuksen avulla kohtaamaan mahdollisimman hyvin. Asiakkaalle ei ole tarkoitus tarjota turhaan tarpeettomia palveluita, joista he eivät ole kiinnostuneita. Tarjoamalla turhia palveluita asiakkaalle saatetaan vahingossa sivuuttaa oleellisempi palvelu, josta asiakas mahdollisesti olisi kiinnostunut ja joka voisi edistää asiakkaan liiketoimintaa. Tavoitteena on myös kehittää yhteistyötä tilitoimiston ja asiakkaan välillä siten, että asiakkaalla ja tilitoimistolla olisi tomissaan sama päämäärä.

Rajasimme tutkimuksen koskemaan vain ja ainoastaan tilitoimisto A:ta ja tilitoimisto B:tä, koska muut tilitoimistot eivät olleet halukkaita lähtemään tutkimukseen mukaan. Tutkimuksen aiheen taas rajasimme käsittelemään pääasiassa tilitoimistojen lisäpalveluita ja asiakkaiden tarpeita lisäpalveluita kohtaan. Sivusimme kyselysämme myös yleistä asiakastyytyväisyyttä ja sitä, millä perustein asiakas on joskus valinnut juuri kyseisen tilitoimiston omakseen. Suunnittelimme kyselylomakkeet yhdessä tilitoimistojen kanssa, ja nämä asiat olivat niitä mihin tilitoimistot halusi tutkimuksessa meidän keskittyvän.

### 5.3 Tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä käsittelee numeroita ja prosenttiosuuksia eli tutkimus perustuu määrälliseen tutkimukseen. Keskeistä kvantitatiivisessa tutkimuksessa ovat aiemmista tutkimuksista saadut johtopäätökset sekä aiemmat teorialat, hypoteesin esittäminen, käsitteiden määrittely, tutkimusaineiston keruun suunnitelmat, joissa havaintoaineisto soveltuu määrälliseen mittaamiseen. Tämän lisäksi tutkimuksessa tutkittavien henkilöiden valinta, tässä opinnäytetyössä yritysten valinta, johon tutkimustulokset pätevät, taulukkomuotoon laitettavat muuttujat, jolloin tutkimusaineisto voidaan laittaa tilastolliseen muotoon sekä johtopäätöksiä tekeminen tutkimusaineistoa käyttäen, jolloin voidaan käyttää havainnollistamiseen esimerkiksi prosenttitaulukoita. (Hirsjärvi ym. 1997, 139 - 140)

Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän etuna on sen joustavuus, jolloin se sopii moneen tilanteeseen. Kyselyssä voidaan kysyä monipuolisesti asioita valituilta henkilöiltä, jolloin saadaan kerättyä laaja tutkimusaineisto. Etuna on myös kyselyn tehokkuus, jolloin tutkijalta säästyy aikaa ja vaivaa. Kyselytutkimus voidaan tehdä posti- ja verkkokyselynä tai kontrolloituna kyselynä kyselylomakkeita käyttäen. Ensimmäisessä kyselytyypissä lomake lähetetään tutkittavalle postitse tai sähköisesti, jolloin tutkittava täyttää sen itse ja lähettää täytettynä takaisin tutkijalle. Toisessa kyselytyypissä tutkija jakaa itse henkilökohtaisesti kyselylomakkeet tutkittaville. Tällöin tutkija voi samalla kertoa tutkimuksesta ja kyselystä sekä vastata mahdollisesti esiin tuleviin kysymyksiin. (Hirsjärvi ym. 1997, 181 – 182, 196.)

Aineiston keräämisen keskeisiä menetelmiä on kysely. Kyselyssä on haastattelun, havainnoinnin ja kyselyn muotoja, jotka saadaan standardoidusti tietyiltä kohdehenkilöiltä. Haluttaessa tietää vastaajalta esimerkiksi sukupuoli on sitä kysyttävä jokaiselta vastaajalta samalla tavalla, jolloin tarkoitetaan standardoitavuutta. (Hirsjärvi ym. 1997, 196.)

Neljä eri osa-aluetta vaikuttaa onnistuneeseen kvantitatiiviseen tutkimukseen. Nämä osa-alueet ovat vertailukohteet, kysymysasteikko, ominaisuudet ja tulostus. Oleellista tutkimuksessa on, että kysymykset ovat asiakaskohderyhmille merkittäviä ja ne mittaavat oikeita tekijöitä. Suunniteltaessa tutkimusta on huomioitava, että kyselyn validiteetti on kunnossa, jotta halutut ominaisuudet mittaavat oikeita asioita. Tuloksia katsottaessa on huomioitava samalla markkinasegmentillä kilpailevat yritykset ja tuotteet. Tutkittaessa tuloksia on tärkeää järjestellä kysymykset selkeästi ja huomioida kysymysasteikon toimivuus. Tulostus on hyvä, kun eri osa-alueita voidaan vertailla toisten kanssa. (Rope & Methner 2001, 157 – 159.)

Tässä opinnäytetyössä on käytetty kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimukseen osallistuivat kahden tilitoimiston asiakkaat. Tilitoimistot antoivat kyselylomakkeet asiakkailleen, joko paperisena tai sähköisellä web-linkillä. Kyselylomakkeessa oli monivalintakysymyksiä sekä asteikkokysymyksiä, joista vastaaja valitsi sopivimman vaihtoehdon. Kysely koostui eri osioista, näitä olivat perustietoihin, palvelun laatuun ja hintaan, ydinpalveluihin, lisäpalveluihin sekä tilitoimiston valintaan vaikuttavia tekijöitä.

## **5.4 Tutkimustulokset**

Tilitoimistot olivat antaneet kyselyn yhteensä 180 asiakkaalleen. Tilitoimisto A oli jakanut paperisia versioita sekä web-versioita yhteensä 80 kappaletta, ja tilitoimisto B oli lähettänyt pelkkiä web-kyselylomakkeita yhteensä sadalle asiakkaalleen. Vastauksia saimme yhteensä 23 kappaletta, mikä on 12,8 % kaikista kyselyn saaneista. Tavoitteenamme oli, että kysely olisi lähetetty kaikille tilitoimiston asiakkaille, joista vastauksia odotimme 40 %. Tilitoimisto A:lla ja B:llä on yhteensä 300 - 350 asiakasta, joten 40 % kaikista tilitoimiston asiakkaista olisi ollut 120 – 140 kappaletta.

Saimme vastauksia mielestämme erittäin vähän, ja olimme tämän takia hieman pettyneitä. Kuitenkin näistä vähäisistä vastauksistakin saimme mielestämme hie-

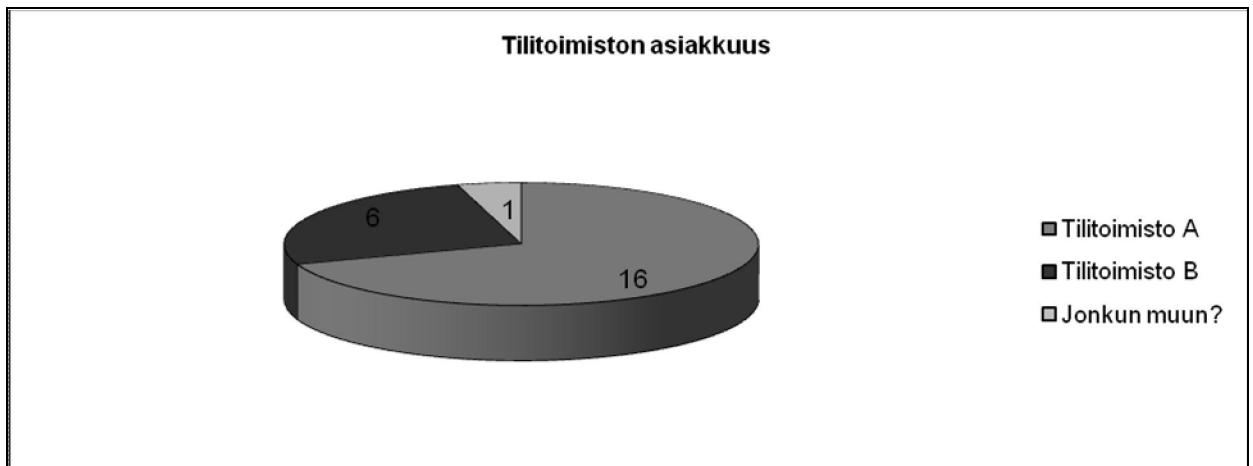
man suuntaa antavia tuloksia, koska vastaukset olivat hyvin samankaltaisia kaikilla vastanneilla. Vain muutamia poikkeuksia oli joukossa. Vastaajat ovat edustava otos tilitoimiston asiakaskunnasta, koska lähes kaikki vastaajat olivat nimenomaan pienyrityksiä, joille halusimme kyselyn suunnata ja tällaisista asiakkaista tilitoimistojen asiakaskunta pääasiassa koostuu.

Johtopäätöksiä ei voida pitää kovinkaan luotettavina, koska perusjoukko oli niin pieni ja vastausprosentti hyvinkin alhainen. Luulemme, että vastausten vähäisyys johtui juuri perusjoukon pienestä koosta ja tavasta, jolla tutkimus asiakkaille toimitettiin. Sähköposti on kiireessä helppo sivuuttaa ja ajatella, että palaa myöhemmin kyselyyn paremmalla ajalla. Tilitoimistojen olisi tullut olla hyvin aktiivisia kyselyn suhteen ja esimerkiksi soittaa asiakkaille perään ja kysellä, onko asiakas jo muistanut täyttää kyselyn. Toinen vaihtoehto olisi ollut tehdä tutkimuksesta enemmän kontrolloitu, siten, että aina kun asiakas saapuu tilitoimistoon, hänelle olisi annettu kysely ja tehty tutkimus hieman selittäen ja olemalla asiakkaaseen enemmän kontaktissa.

Aikaisempiin tutkimuksiin verrattaessa tulokset olivat hieman erilaisia. Emme löytänyt aikaisempia tutkimuksia juuri tilitoimistoissa olevista lisäpalveluista, mutta tilitoimiston valintaan vaikuttavia tekijöitä, tilitoimiston palvelua ja palveluiden hintaa tutkivia tutkimuksia on tehty paljon aikaisemmin. Myös sähköisten tilitoimistopalveluiden tärkeyttä on tutkittu aikaisemmin paljon. Palveluihin oltiin hyvin tyytyväisiä ja tilitoimiston valintaan vaikuttivat hieman eri tekijät kuin aikaisemmin tehdyissä tutkimuksissa. Hinta on ollut aikaisemmin aika ratkaiseva tekijä tilitoimiston valinnassa ja palveluun ja hintaan ollaan oltu myös hieman tyytymättömiä, mutta tulokset, joita saimme omasta tutkimuksesta, osoittivat mielestämme, että laatuun halutaan panostaa ja laatuun ollaan myös tyytyväisiä. Hinta tuntui myös olevan kohdallaan palveluissa.

Ensin selvitimme kyselyssä, kumman tilitoimiston asiakas yritys on (Liite 4,1). Vastanneista tilitoimisto A:n asiakkaita oli kuusitoista kappaletta, tilitoimisto B:n asiak-

kaita kuusi kappaletta ja yksi yritys ilmoitti olevansa jonkin muun tilitoimiston asiakas (kuvio 2). Tilitoimisto A oli käyttänyt paperista kyselylomaketta ja lähettänyt kyselylomakkeen sähköpostiliitteenä asiakkailleen, kun taas tilitoimisto B käytti ainoastaan sähköistä web-kyselylomaketta.



Kuvio 2. Tilitoimiston asiakkuus.

Kuviosta 2 voidaan helposti havaita, että suurin osa vastaajista oli tilitoimisto A:n asiakkaita, vaikka tilitoimisto B oli lähettänyt kyselylomakkeita noin 20 kappaletta enemmän asiakkailleen.

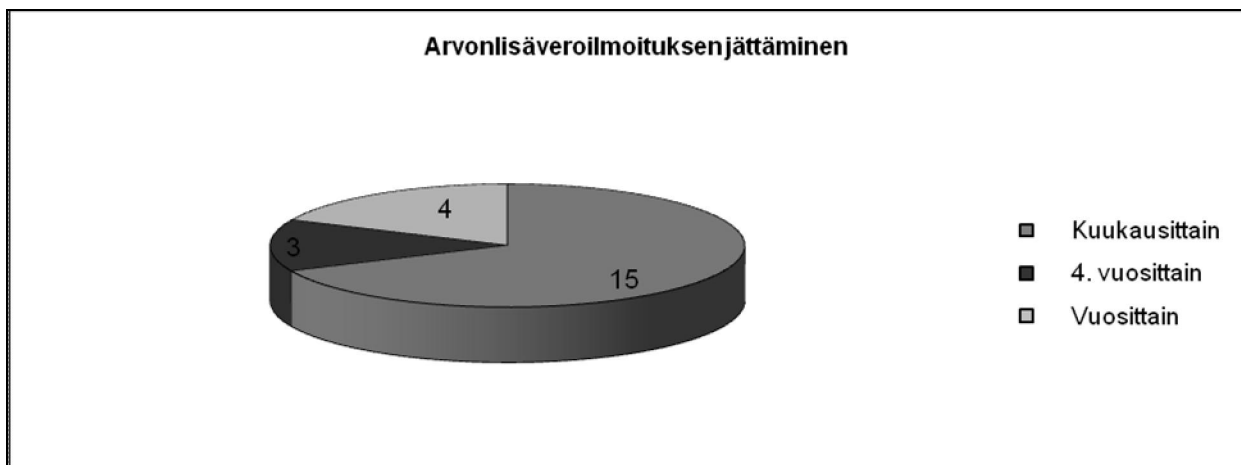
Seuraava kysymys koski yrityskokoa (Liite 4,1). Vastanneista yhdessätoista yrityksessä työskentelee vain itse yrittäjä. Kahden työntekijän yrityksiä oli kolme kappaletta, kolmen työntekijän yrityksiä oli viisi kappaletta, yksi asiakas ilmoitti yrityksessä työskentelevän kaksi yrittäjää ja yhden työntekijän, yhdessä tilitoimistossa taas ilmoitettiin olevan kaksi yrittäjää ja kuusi työntekijää, yhdessä vastanneista yrityksistä työskentelee kaksi yrittäjää ja kaksikymmentäkuusi työntekijää ja yhdessä yrityksessä on yhteensä seitsemän työntekijää (Kuvio 3).



Kuvio 3. Työntekijät yrityksissä.

Kuvio 3 selkeyttää vastauksia kysymykseen, jossa tiedusteltiin yrityksen työntekijöiden lukumäärää. Kuvioista voi havaita, kuinka suuri osa vastanneista yrityksistä oli vain yhden hengen yrityksiä eli yrityksiä, joissa työskentelee vain yrittäjä itse.

Arvonlisäveroilmoitusta koskevaan kysymykseen vastasi vain kaksikymmentäkaksi asiakasta, joten yhden yrityksen vastaus puuttuu. Suurin osa vastanneista jättää arvonlisäveroilmoituksen kuukausittain (kuvio 4). Näin tekee viisitoista yritystä. Kolme yritystä on vastannut jättävänsä arvonlisäveroilmoituksen neljännesvuositain ja neljä yritystä jättää arvonlisäveroilmoituksen vain kerran vuodessa (Liite 4,1).



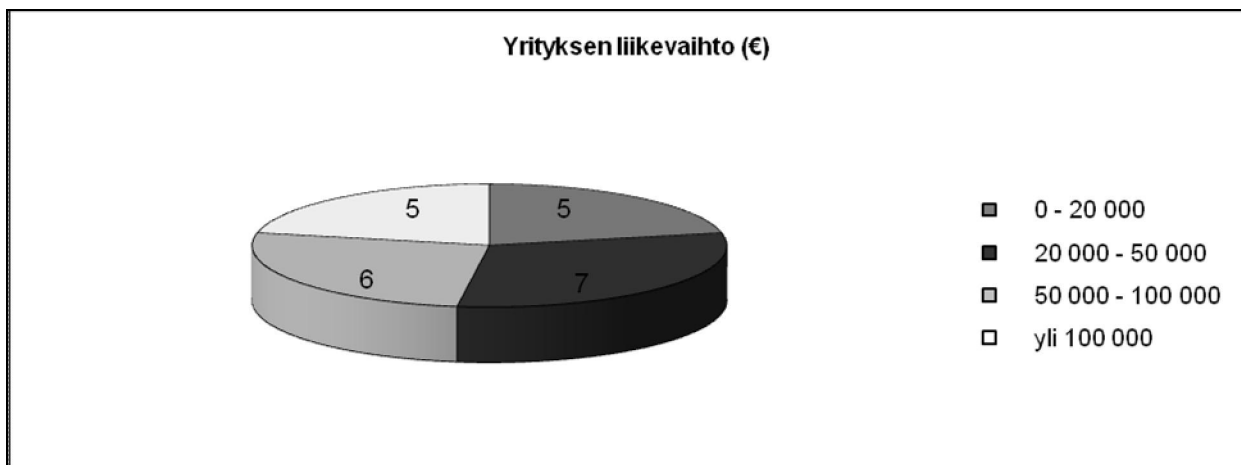
Kuvio 4. Arvonlisäveroilmoitukset.

Kuvio 4 kertoo, kuinka suuri osa vastaajista jättää milloinkin arvonlisäveroilmoituksensa. Suurin osa yrityksistä jättää arvonlisäveroilmoituksensa kuukausittain.

Toimialaa koskevaan kysymykseen tuli monia erilaisia vastauksia (Liite 4,1). Vastaajista yksi oli jättänyt vastaamatta myös tähän kysymykseen. Seuraavia aloja oli lueteltu kyselyn vastauksissa: atk-ala, kaupan ala, palveluala, teollisuusala ja kuljetusala.

Yritimme muotoilla yrityksen liikevaihtoa koskevan kysymyksen siten, että kaikki yritykset voisivat vastata kysymykseen (Liite 4,1). Osa yrityksistä ei välttämättä halua suoraan liikevaihtoaan kyselyihin näkyviin, joten annoimme vastaajalle neljä vastausvaihtoehtoa. Vaihtoehdot olivat 0 - 20 000 euroa, 20 000 - 50 000 euroa, 50 000 - 100 000 euroa ja yli 100 000 euroa. Liikevaihdoksi 0 - 20 000 euroa ilmoitti viisi yritystä. Seitsemän yrityksen liikevaihto oli 20 000 ja 50 000 euron välillä. Kuusi yritystä ilmoitti liikevaihtonsa olevan 50 000 ja 100 000 euron välillä ja loput viisi yritystä vastanneista ilmoitti liikevaihtonsa olevan yli 100 000 euroa (Kuvio 5).





Kuvio 5. Liikevaihto.

Kuviosta 5 voimme tarkastella, kuinka yritysten liikevaihto jakautuu vastanneiden yritysten kesken. Yritysten liikevaihto vaihtelee paljon ajatellen, että suurin osa vastaajista oli erittäin pieniä yhden työntekijän yrityksiä.

#### *Palvelun laatu ja hinta*

Palvelun laatua ja hintaa koskeviin kysymyksiin annoimme neljä vastausvaihtoehtoa.

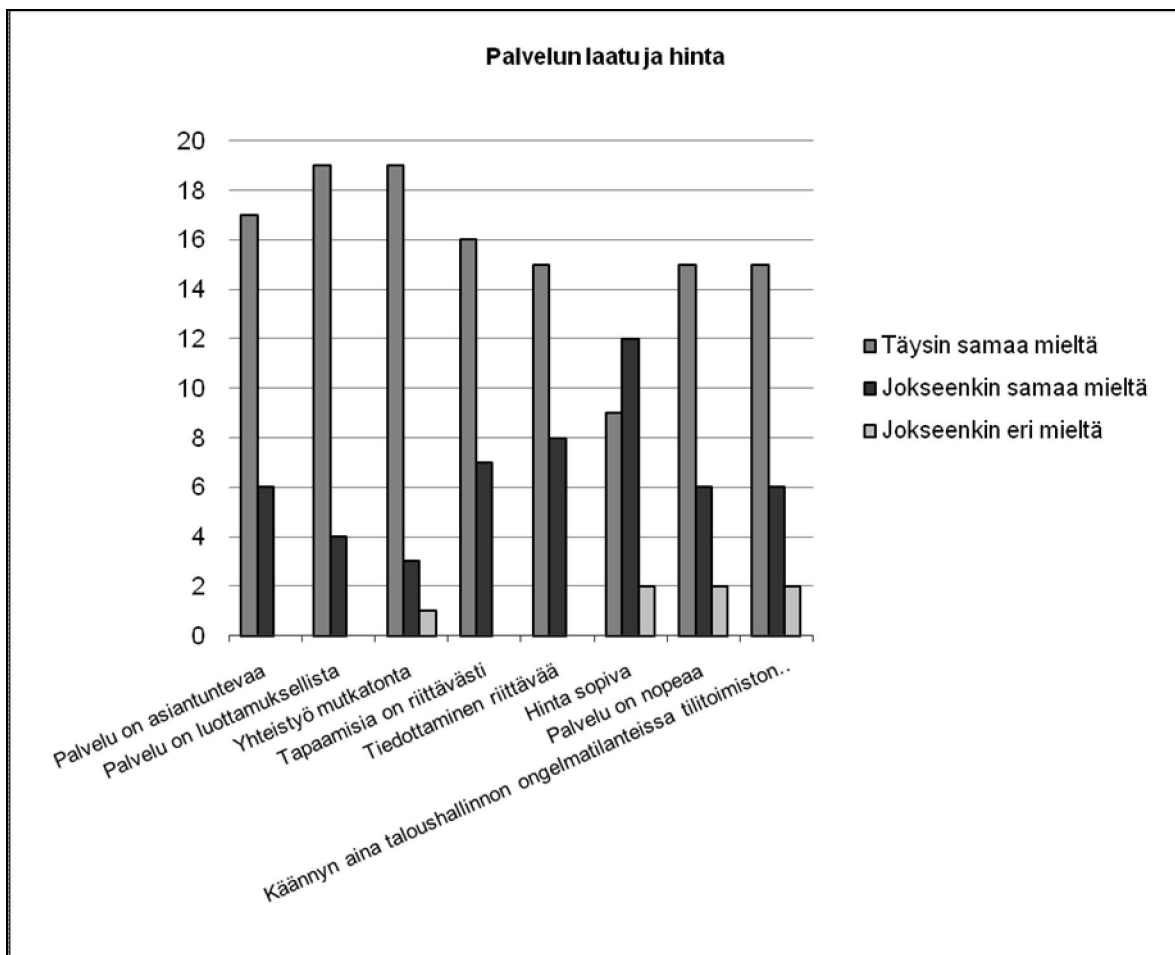
- 1 = täysin samaa mieltä
- 2 = jokseenkin samaa mieltä
- 3 = jokseenkin eri mieltä
- 4 = täysin eri mieltä (Liite 4,1).

Asiakkaat olivat hyvin tyytyväisiä kyselyn perusteella tilitoimistoiden tarjoaman palvelun laatuun ja hintaan. Vastauksissa kukaan ei ollut täysin eri mieltä asioista ja vain muutama yritys oli joissakin kysymyksissä jokseenkin eri mieltä väittämistä (Kuvio 6).

Tilitoimistojen palvelun laatu on vastaajien mukaan asiantuntevaa, 74 % vastanneista on täysin samaa mieltä ja 26 % vastanneista on jokseenkin samaa mieltä. Asiakkaat pitivät palvelua myös erittäin luotettavana, 83 % vastanneista oli palve-

lun luotettavuudesta täysin samaa mieltä ja 17 % vastasi olevansa jokseenkin samaa mieltä. Yksi vastaajista vastasi olevansa jokseenkin eri mieltä väittämään: yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on mutkatonta. Muut kaksikymmentäkaksi vastaajaa oli täysin samaa mieltä (yhdeksätoista yritystä) tai jokseenkin samaa mieltä asiasta (kolme yritystä). Tilitoimistojen haastatteluissa tuli ilmi, ettei tilitoimiston henkilökunta tapaa asiakkaitaan kovinkaan usein ja on olemassa joitakin asiakkaita, joita tilitoimisto ei ole tavannut ollenkaan. Asiakkaat olivat kyselyn perusteella kuitenkin sitä mieltä, että tapaamisia tilitoimiston kanssa on riittävästi. Suurin osa, 70 % vastanneista oli asiasta täysin samaa mieltä ja 30 % vastanneista jokseenkin samaa mieltä.

Myös tilitoimistojen tiedottamiseen oltiin tyytyväisiä, tähänkään kysymykseen ei tullut yhtään vastausta, joissa asiakas olisi jokseenkin tai täysin eri mieltä asiasta. Vastaajista 65 % olivat täysin samaa mieltä ja 35 % jokseenkin samaa mieltä. Hinnoitteluun liittyvään tyytyväisyyteen kaksi yritystä vastasi olevansa jokseenkin eri mieltä, kaksitoista yritystä vastasi jokseenkin samaa mieltä ja yhdeksän yritystä vastasi olevansa täysin tyytyväisiä tilitoimiston hinnoitteluun. Tästä voi päätellä, että hinnoittelu on myös kohdallaan. Tilitoimistojen palvelua pidetään nopeana, viisitoista vastaajista oli täysin samaa mieltä ja kuusi jokseenkin samaa mieltä, vain kaksi vastaajista oli jokseenkin eri mieltä asiasta. Viimeisenä kohtana palvelun laatuun ja hintaan liittyvissä kysymyksissä oli väittämä ”käännyin aina taloushallintoon ongelmatilanteissa tilitoimiston puoleen”. Tähän väittämään viisitoista vastasi olevan täysin samaa mieltä, kuusi taas jokseenkin samaa mieltä ja kaksi yritystä oli jokseenkin eri mieltä asiasta.

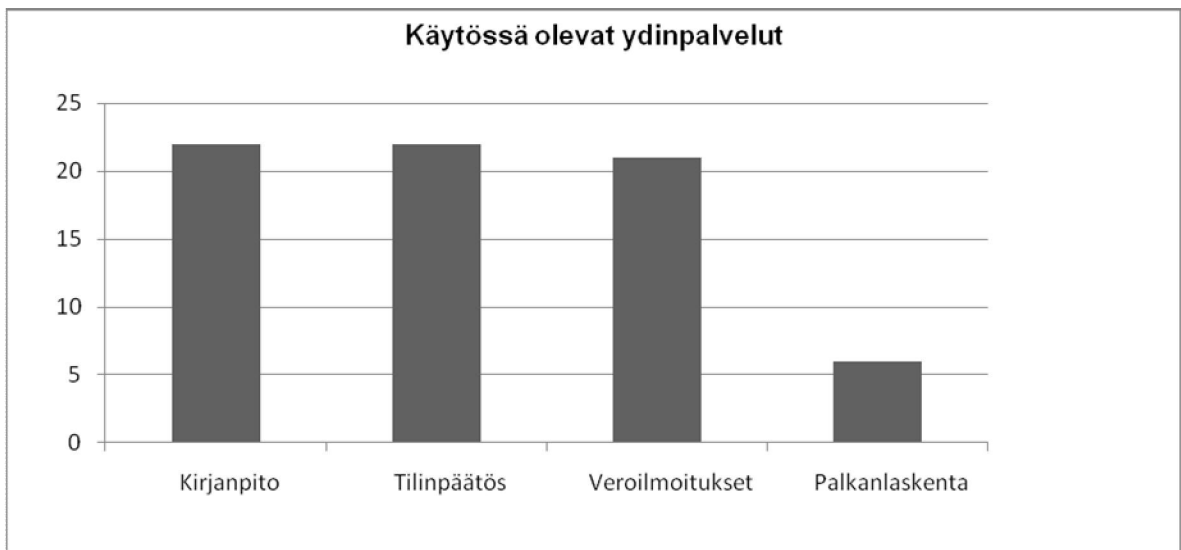


Kuvio 6. Palvelun laatu ja hinta.

Kuvio 6 näyttää selvästi, kuinka tyytyväisiä vastanneet olivat saamiinsa tilitoimistopalveluihin. Joukossa ei ole yhtään "täysin eri mieltä" vastausta ja täysin samaa mieltä -vastaukset ovat suurimmassa osassa väittämiä ylivoimaisia.

### *Ydinpalvelut*

Tilitoimistojen niin kutsuttuja ydinpalveluita ovat kirjanpito, tilinpäätös, veroilmoitukset ja palkanlaskenta. Tähän kysymykseen vastasi kaksikymmentäkaksi yritystä ja kaikilla vastanneilla on käytössään tilitoimistonpalvelut kirjanpito ja tilinpäätös (Liite 4, 1). Tilitoimistot täyttävät veroilmoitukset kahdellekymmenelle yhdelle vastaajalle, mikä on 95 % vastaajista. Vain kuusi yritystä vastanneista ilmoitti käyttävänsä tilitoimistojen palkanlaskentapalvelua, tämä on 27 % vastanneista (kuvio 7).



Kuvio 7. Ydinpalvelut.

Kuviosta 7 näkyy, kuinka paljon vastanneet ulkoistavat tilinpäätöksen tekoa ja tilinpäätöstä tilitoimistojen tehtäväksi. Vain yksi vastanneista täyttää veroilmoituksen itse. Palkanlaskenta on kuitenkin vähäisessä käytössä tilitoimiston ydinpalveluista.

### *Lisäpalvelut*

Teimme listan kaikista lisäpalveluista, joita opinnäytetyössämme mukana olleilla tilitoimistoilla on käytössään. Asiakkaat saivat vastausvaihtoehdoiksi seuraavat:

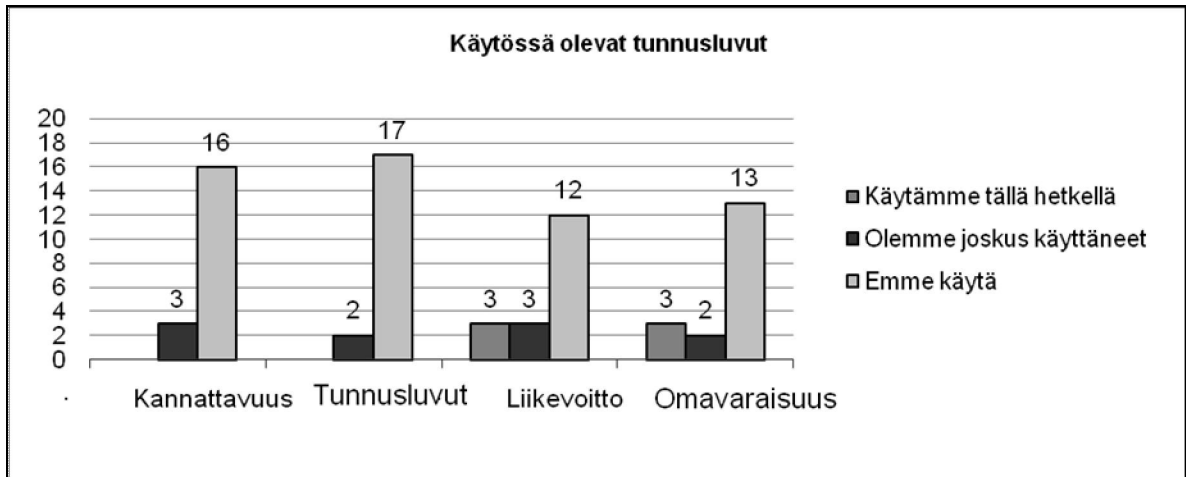
3 = olemme joskus käyttäneet,

2 = käytämme tällä hetkellä tai

1 = emme käytä (Liite 4, 2).

Tunnuslukuihin liittyvistä palveluista kolme yritystä ilmoitti käyttävänsä tällä hetkellä liikevoittelaskelmaa ja kolme taas ilmoitti joskus käyttäneensä kyseistä palvelua, loput kaksitoista vastaajaa ilmoittivat, etteivät käytä palvelua lainkaan. Kysymyksen vastasi vain kahdeksantoista yritystä kahdestakymmenestäkolmesta vastanneesta. Omavaraisuuslaskelmaa ilmoitti käyttävänsä tällä hetkellä kolme yritystä, kaksi on joskus käyttänyt palvelua ja kaksitoista ei käytä kyseistä palvelua ollen-

kaan. Kannattavuuteen ja maksuvalmiuteen liittyvää palvelua ei tällä hetkellä ole vastanneilla käytössä. Kaksi yritystä vastanneista ilmoittivat joskus käyttäneensä maksuvalmiuteen liittyvää palvelua, ja kolme yritystä taas on aikaisemmin käyttänyt kannattavuuslaskelmaa. Yrityksiä, jotka eivät käytä kannattavuuslaskelmaa, oli vastanneissa kuusitoista. Seitsemäntoista vastaajaa ilmoitti, ettei käytä maksuvalmiuspalvelua (Kuvio 8).



Kuvio 8. Tunnusluvut.

Kuviosta 8 on nähtävissä selvästi, kuinka moni vastaajista on vastannut 1, emme käytä palvelua. Vain liikevoitto ja omavaraisuus –tunnusluvut ovat käytössä tällä hetkellä. Kaikkia tunnuslukupalveluja on joskus käytetty.

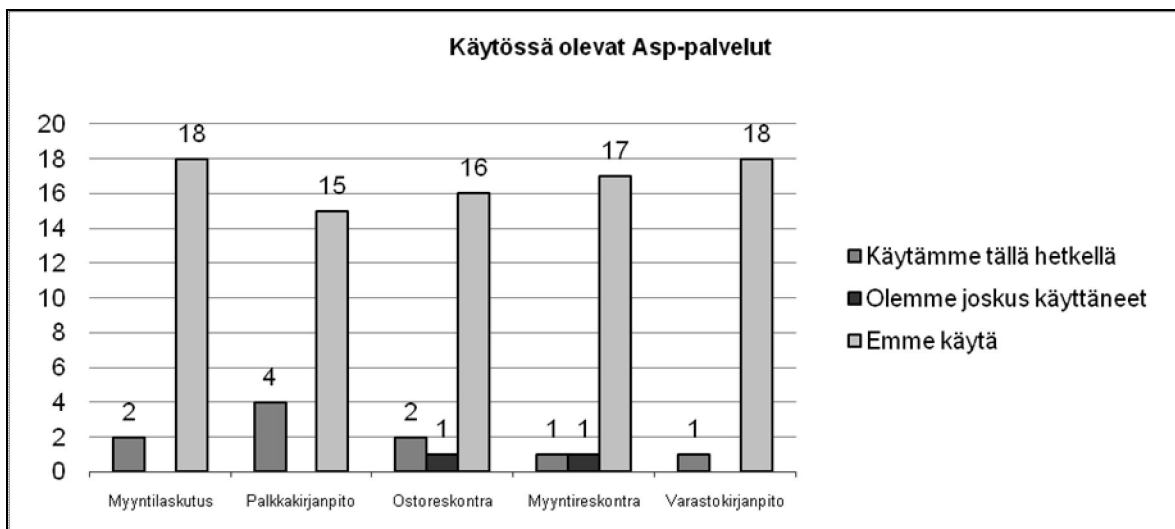
Sähköisistä palveluista ostolaskujen käsittelyä ilmoitti käyttävänsä kaksi yritystä ja seitsemäntoista vastasi, etteivät käytä sitä. Yksi yritys ilmoitti käyttävänsä verkkopalvelua ja yksi vastasi joskus käyttäneensä, seitsemäntoista yritystä vastanneista ei käytä palvelua. Verkkopalkkoihin vastanneista myös yksi käyttää, yksi on käyttänyt ja seitsemäntoista ei käytä palvelua. Sähköistä raportointia ei käytä vastanneista kukaan, eikä ole käyttänyt aikaisemminkaan, kysymykseen vastasi yhdeksäntoista yritystä. Seitsemäntoista vastaajaa ilmoitti, ettei käytä graafisia raportteja, yksi on käyttänyt aikaisemmin ja yksi ainoastaan käyttää tällä hetkellä (Kuvio 9).



Kuvio 9. Sähköiset palvelut.

Kuviosta 9 voidaan havaita, kuinka vähän tilitoimistojen asiakkaat käyttävät myös sähköisiä palveluita. Vain ostolaskujen käsittely, verkkolaskut, verkkopalkat ja graafiset raportit ovat tällä hetkellä käytössä ja nämäkin palvelut vain yhdellä, lukuun ottamatta ostolaskujen käsittelyä, jota kaksi vastanneista ilmoittaa käyttävänsä tällä hetkellä.

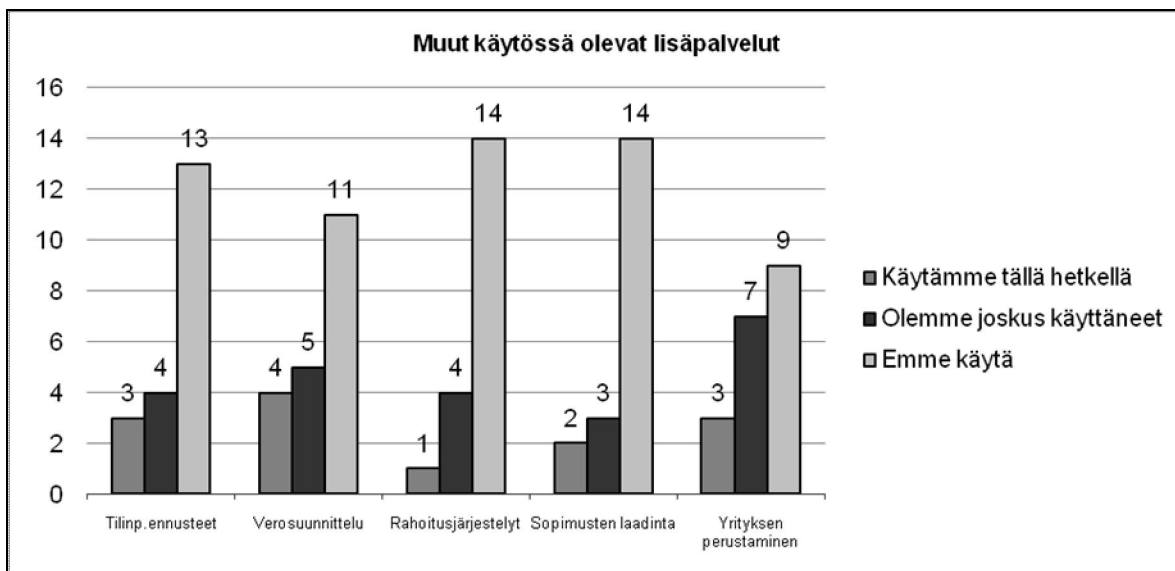
Asp-palveluita eli sovelluspalvelimen vuokrausta on tarjolla ainoastaan tilitoimisto B:llä. Tilitoimisto B:n asiakkaita kaikista vastanneista oli kuusi. Asp-palveluista myyntilaskutusta käyttää kaksi yritystä, neljä ei käytä. Palkkakirjanpitoa ilmoittaa käyttävänsä neljä yritystä, kun taas kaksi ilmoittaa, ettei käytä kyseistä palvelua. Ostoreskontraa käyttää kaksi yritystä, yksi on aikaisemmin käyttänyt ja kolme ilmoittaa, ettei käytä palvelua. Neljä yritystä vastaa, ettei käytä myyntireskontraa Asp-palveluista, yksi käyttää tällä hetkellä ja yhdellä yrityksellä on ollut aikaisemmin palvelu käytössä. Varastokirjanpitoa käyttää yksi yritys, loput ilmoittavat, ettei käytä kyseistä palvelua lainkaan (kuvio 10).



Kuvio 10. Asp-palvelut.

Tilitoimisto B:n tarjoamat Asp-palvelut ovat yllättävän kovassa käytössä. Tilitoimisto B:n asiakkaista vain kuusi vastasi kyselyyn ja vähäisistäkin vastaajista näin monella on käytössä Asp-palveluita, kuten kuvio 10 näyttää. Kaikki Asp-palvelut ovat käytössä tälläkin hetkellä, ja yhdestä neljään asiakasta kuudesta ilmoittaa käyttävänsä niitä.

Muista lisäpalveluista on tällä hetkellä käytössä tilinpäätösennusteet ja tilinpäätös-analyysit, verosuunnittelu ja -neuvonta, rahoitusjärjestelyt, sopimusten laadinta ja yrityksen neuvonta, näitäkin palveluita ilmoittaa käyttävänsä vain muutama (kuvio 11). Muut lisäpalvelut, kuten perintä- ja viivästyskorkolaskutus, kassavirtalaskelma, katelaskelma, investointilaskelma, budjetointi, ennusteet ja graafiset ennusteet, lii-keidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen, yhtiömuodon muutokset, sukupolven / omistajan vaihdokset ja taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona eivät ole vastaajien käytössä tällä hetkellä. Joitakin näistä palve-luista on ollut vastaajilla käytössä aikaisemmin, mutta vain muutamilla.



Kuvio 11. Muut lisäpalvelut.

Kuvio 11 on kuvattu vain ne muut lisäpalvelut, jotka tällä hetkellä ovat käytössä. Kuten kuviosta 11 näkyy, näitäkin lisäpalveluita käyttää vain harva vastanneista yrityksistä. Suurin osa vastauksista on ”emme käytä” -vastauksia.

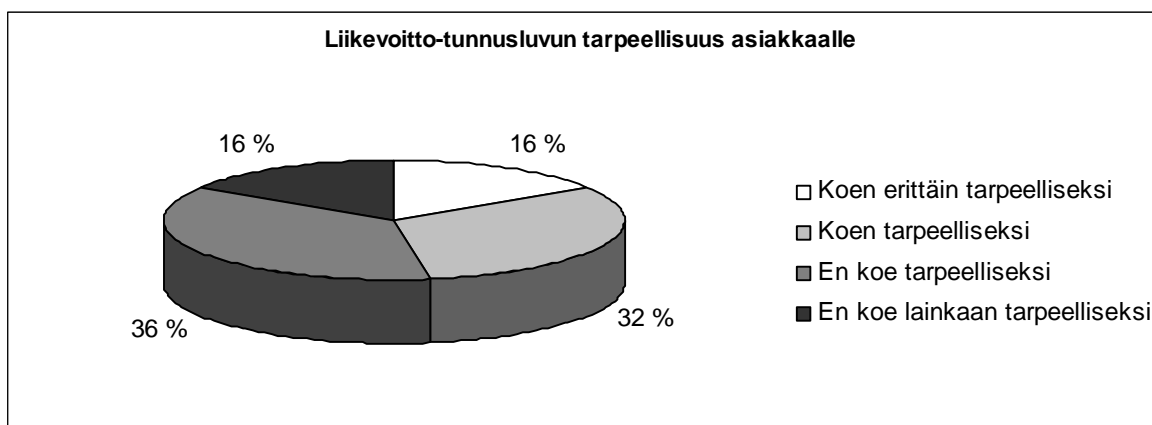
#### *Yhteenveto käytössä olevista lisäpalveluista*

Lisäpalveluista on käytössä tällä hetkellä noin 50 %, eli puolet lisäpalveluista on olemassa tilitoimistoilla, mutta näitä ei käytetä lainkaan. Käytössä oleviakin lisäpalveluita käytetään erittäin vähän. Yli kahdestakymmenestä vastaajasta vain 1 - 4 ilmoittaa käyttävänsä joitakin lisäpalveluita. Tämä tietysti helpottaa tilitoimistojen työtä, kun käytännössä tilitoimistoilta halutaan vain ydinpalveluita, mutta tuntuu, että tilitoimistoilla menee osaamista hukkaan, kun olemassa olevia palveluita käytetään niin vähän. Suurin osa, 9 – 19 vastaajaa ilmoittaa jokaisen lisäpalvelun kohdalla, ettei käytä palvelua. Tilitoimistot voisivat toiminnassaan tuoda enemmän esille, mitä kaikkea palvelua heiltä on saatavilla ja miten asiakkaat hyötyisivät mahdollisesti kyseisistä palveluista.

Pyysimme arvioimaan lisäpalveluita, joita pidettiin tarpeellisina asiakkaan yritykselle. Osa lisäpalveluista on ryhmitelty otsikoiden alle. *Tunnuslukuja* ei koettu tarpeel-

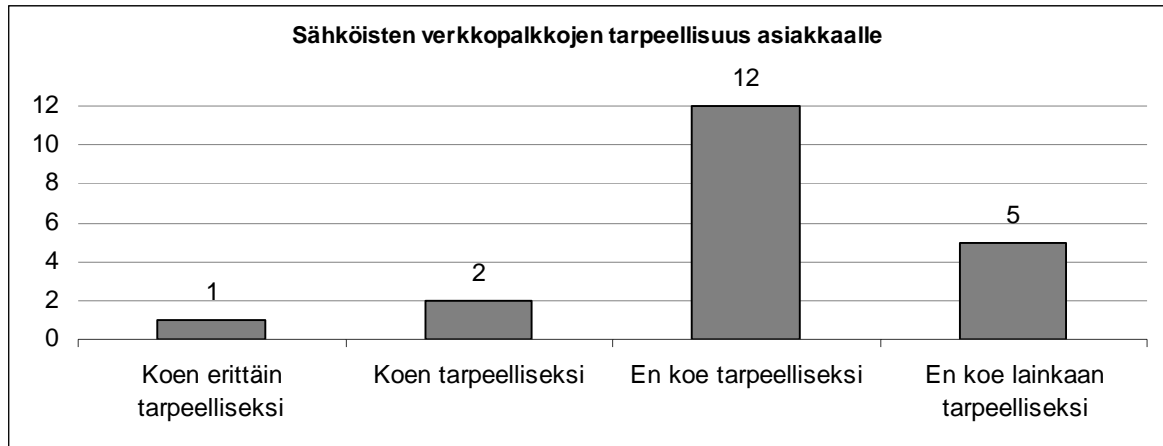


liseksi suurimmalta osalta, kannattavuus-tunnusluku koettiin yhdeksän asiakkaan mielestä tarpeelliseksi ja yhden asiakkaan mielestä erittäin tarpeelliseksi, kun taas yhdeksän asiakasta ei kokenut tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi kyseessä olevaa tunnuslukua. Maksuvalmius-tunnuslukua ei koettu tarpeelliseksi kahdentoista asiakkaan mielestä ja seitsemän asiakkaan mielestä se oli tarpeellinen. Kuviossa 12 (Liite 4, 3) mitattiin liikevoitto-tunnusluvun tarpeellisuutta, jossa noin puolet vastanneista asiakkaista koki tarpeelliseksi ja toinen puolikas vastanneista ei kokenut tarpeelliseksi kyseessä olevaa tunnuslukua. Omavaraisuus-tunnuslukua ei koettu tarpeelliseksi kolmentoista asiakkaan mielestä, kun taas kuusi asiakasta koki tarpeelliseksi tunnusluvun.



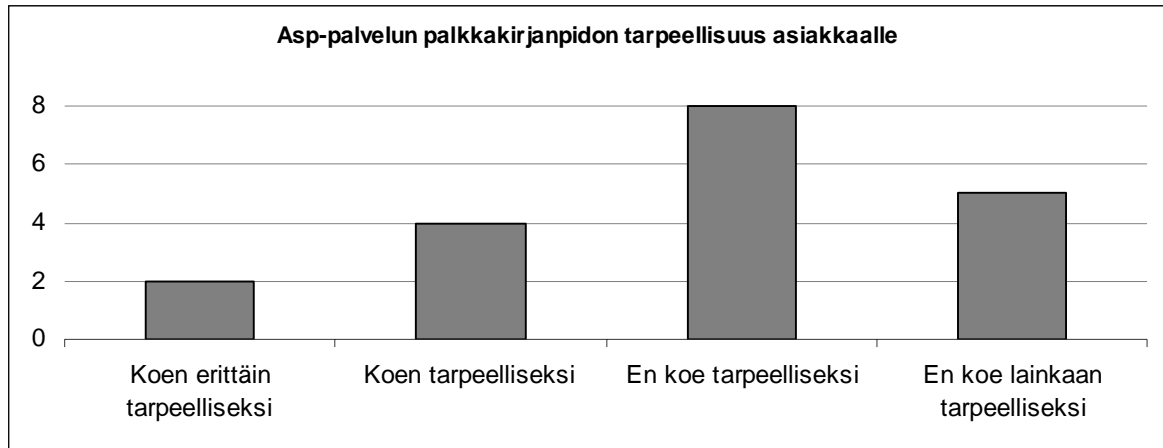
Kuvio 12. Liikevoitto-tunnusluvun tarpeellisuus asiakkaalle.

*Sähköisiä palveluita* suurin osa vastanneista asiakkaista ei kokenut tarpeelliseksi. Kuten kuviosta 13 (Liite 4, 3) näkee, verkkopalkkoja sekä ostolaskujen käsittely ja verkkolaskuja ei koettu tarpeelliseksi suurimman osan mielestä. Sähköinen raportointi koettiin tarpeelliseksi kuuden asiakkaan mielestä, kun taas neljätoista ei kokenut tarpeelliseksi tai ollenkaan tarpeelliseksi. Graafisia raportteja suurin osa vastanneista ei kokenut tarpeelliseksi, kun taas kolmasosa koki tarpeelliseksi kyseessä olevan raportin.



Kuvio 13. Sähköisten verkkopalkkojen tarpeellisuus asiakkaalle.

*Asp-palvelu* eli sovelluspalvelimen vuokrausta ei myöskään koettu tarpeelliseksi yritykselle suurimman osan vastanneiden asiakkaiden mielestä. Kuusitoista asiakasta ei kokenut tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi myyntilaskutusta, kolmen asiakkaan mielestä se on tarpeellinen tai erittäin tarpeellinen. Palkkakirjanpitoa pidettiin kuviossa 14 (Liite 4, 3) erittäin tarpeellisena kahden asiakkaan mielestä, neljä asiakasta koki sen tarpeelliseksi, kahdeksan ei kokenut tarpeelliseksi ja viisi ei kokenut lainkaan tarpeelliseksi yritykselleen. Kolme asiakasta koki erittäin tarpeelliseksi tai tarpeelliseksi ostoreskontran, kun taas loput viisitoista asiakasta ei kokenut tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi yritykselleen. Suurin osa asiakkaista ei kokenut tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi myyntireskontraa, ja noin kolmasosa kokee tarpeelliseksi tai erittäin tarpeelliseksi. Varastokirjanpidossa melkein kaikki vastanneista ei kokenut tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi kyseessä olevaa palvelua, kun taas yksi asiakas koki tarpeelliseksi.

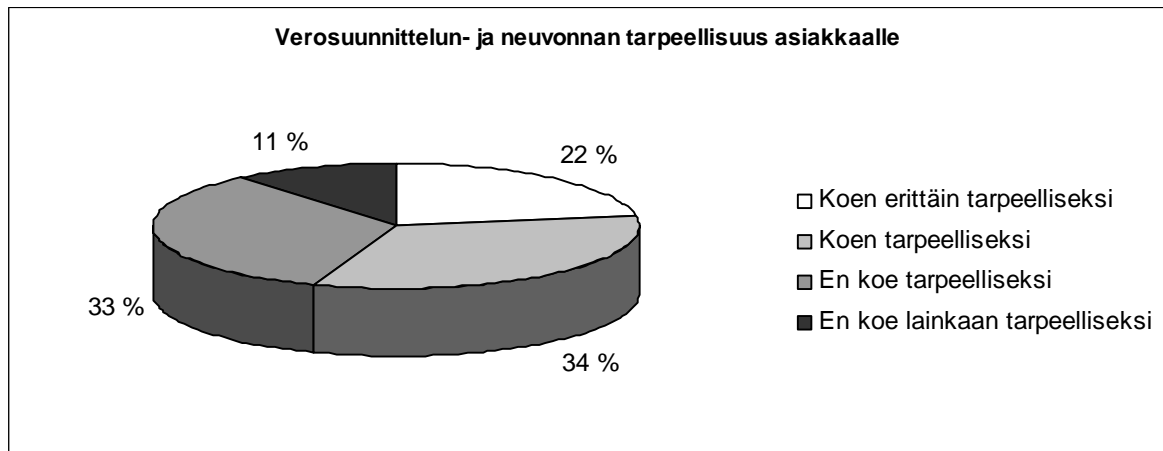


Kuvio 14. Asp-palvelun palkkakirjanpidon tarpeellisuus asiakkaalle.

Kolme asiakasta piti perintä- ja viivästyskorkolaskutusta tarpeellisenä, kun taas kymmenen ei kokenut tarpeelliseksi ja viisi ei lainkaan tarpeelliseksi kyseessä olevaa palvelua. Kassavirtalaskelma on yhdelle asiakkaalle erittäin tarpeellinen, neljälle tarpeellinen, kahdeksalle ei tarpeellinen ja viidelle ei lainkaan tarpeellinen palvelu. Katelaskelma koettiin viiden asiakkaan mielestä tarpeelliseksi tai erittäin tarpeelliseksi, ja kolmentoista asiakkaan mielestä se ei ole tarpeellinen tai lainkaan tarpeellinen. Viisi asiakasta koki tarpeelliseksi investointilaskelman, yhdeksän ei kokenut tarpeelliseksi ja viisi ei lainkaan tarpeelliseksi kyseessä olevaa palvelua. Budjetointi ei ollut neljäntoista asiakkaan mielestä tarpeellinen tai lainkaan tarpeellinen, kun taas kolme asiakasta koki sen tarpeelliseksi ja yksi erittäin tarpeelliseksi. Molemmissa en koe tarpeelliseksi ja en koe lainkaan tarpeelliseksi ennusteita ja graafisia ennusteita oli seitsemän asiakasta tätä mieltä ja viisi asiakasta koki joko tarpeelliseksi tai erittäin tarpeelliseksi tämän palvelun. Yksitoista asiakasta kokee erittäin tarpeelliseksi tai tarpeelliseksi tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit, kun taas seitsemän ei kokenut tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi kyseessä olevaa palvelua.

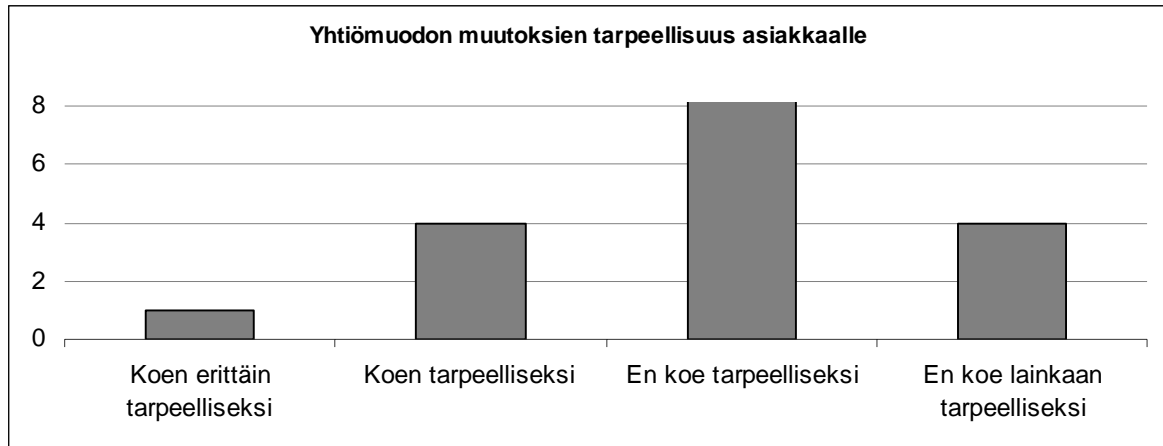
Kuviossa 15 (Liite 4, 3) verosuunnittelu- ja neuvonta jakoi melkein puoliksi vastanneiden asiakkaiden mielipiteet tarpeellisuudesta, 56 prosenttia kokee palvelun tar-

peelliseksi tai erittäin tarpeelliseksi, kun taas 44 prosenttia ei koe tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi.



Kuvio 15. Verosuunnittelun- ja neuvonnan tarpeellisuus asiakkaalle.

Noin kolmas osa vastaajista kokee tarpeelliseksi tai erittäin tarpeelliseksi rahoitusjärjestelyt, kun taas loput eivät koe tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi palvelua. Kahdeksan kokee tarpeelliseksi sopimusten laadinnan, ja kymmenen ei koe tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi. Suurin osa vastaajista eli viisitoista asiakasta ei koe tarpeelliseksi tai lainkaan tarpeelliseksi liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioimista ja kehittämistä, kun taas kolmen asiakkaan mielestä se olisi tarpeellista heidän yritykselleen. Yrityksen perustamisessa ja neuvonnassa olisi viiden asiakkaan mielestä tarpeellista hyötyä heidän yritykselleen, kun taas kahdeksan asiakkaan mielestä se ei ole tarpeellista ja viiden asiakkaan mielestä ei lainkaan tarpeellista heidän yritykselleen. Yhtiömuodon muutoksissa, kuten kuvios-  
ta 16 (Liite 4, 3) näkee, sekä sukupolven- tai omistajanvaihdoksissa viiden asiakkaan mielestä on tarpeellista tai erittäin tarpeellista palvelua heidän yritykselleen, kolmentoista asiakkaan mielestä he eivät koe tarpeelliseksi tai ei lainkaan tarpeelliseksi kyseessä olevia palveluita. Kukaan vastanneista ei pidä tarpeellisena taloushallintopalveluiden tuottamista heidän luonaan, sitä vastaan on kahdeksantoista vastaajaa.

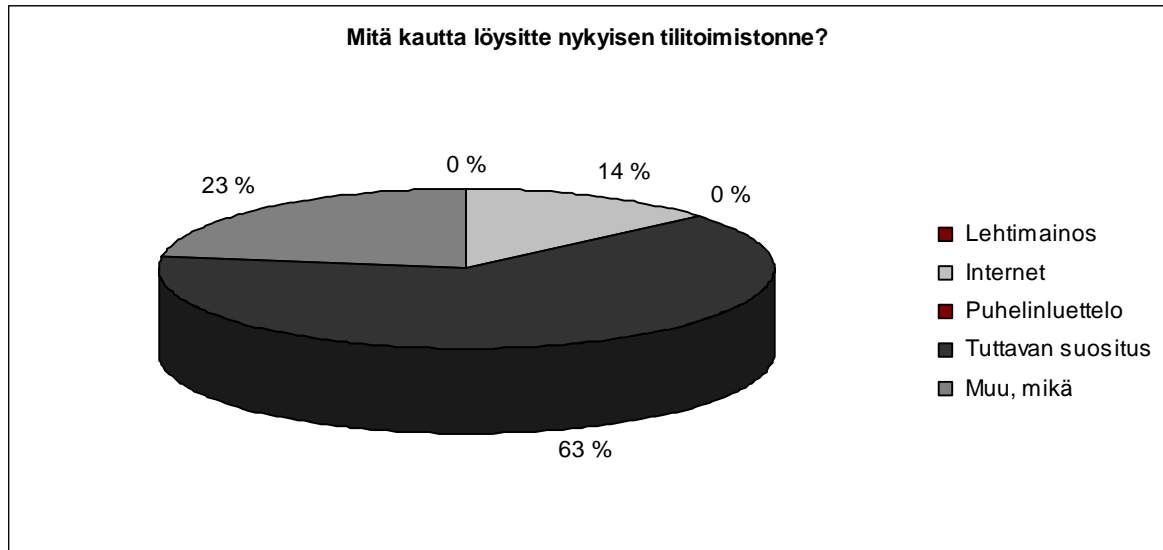


Kuvio 16. Yhtiömuodon muutoksien tarpeellisuus asiakkaalle.

Kyselylomakkeiden vastauksista sai selville, että lisäpalveluille ei ole asiakkaiden mielestä tarvetta. Joukkoon kuitenkin mahtui myös sellaisia asiakkaita, joita tietyt lisäpalvelut kiinnostivat. Tämä vahvistaa käsitystä, että tilitoimistojen olisi hyvä vä-  
lillä tarjota asiakkailleen näiden katsomiaan lisäpalveluita.

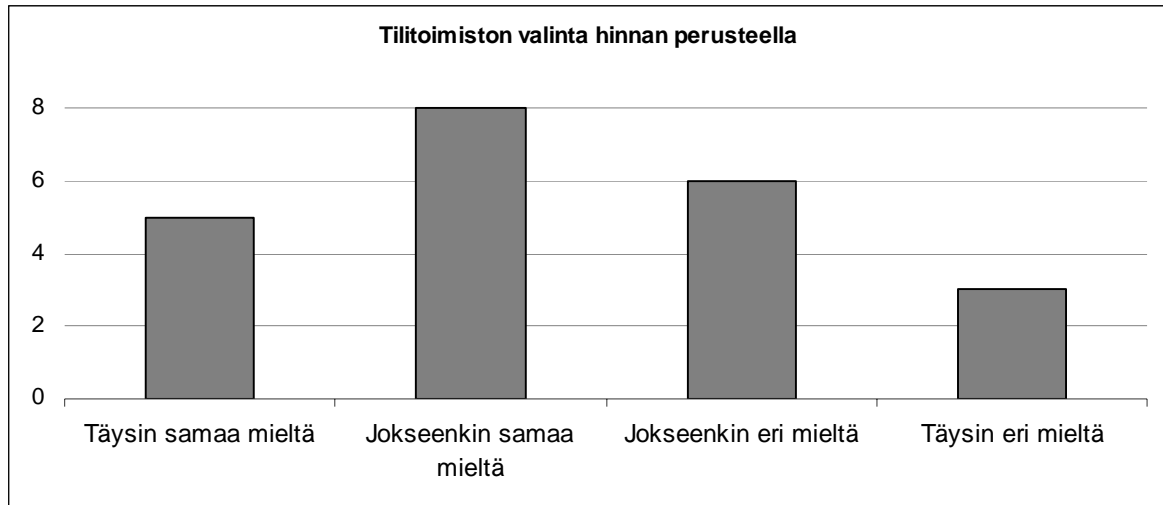
#### *Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät*

Kysyimme, miten asiakkaat olivat löytäneet nykyisen tilitoimistonsa. Kuviossa 17 (Liite 4, 4) asiakkaista 14 prosenttia oli löytänyt tilitoimistonsa Internetin kautta, 63 prosenttia asiakkaista oli saanut tuttavalta suosituksen ja 23 prosenttia oli löytänyt tilitoimiston muuta kautta. Nämä asiakkaat, jotka olivat löytäneet muuta kautta tili-  
toimiston, olivat vastanneet menneensä vahingossa tilitoimistoon, tilintarkastajan ja toisen yrittäjän suositelleen, Imatran kehitysyhtiön sekä Tilitoimisto A:n toimitusjoh-  
tajan hyvän myyntipuheen vaikuttaneen ratkaisuun.



Kuvio 17. Mitä kautta löysitte nykyisen tilitoimistonne.

Jaoimme tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät maineen, hinnan, toimiston koon, toimiston sijainnin, saatavien palveluiden sekä lisäksi jollain muulla perusteella. Ammattitaidolla oli kaikille asiakkaille tärkeä merkitys valittaessa tilitoimistoa, viisi-toista oli täysin samaa mieltä ja kahdeksan jokseenkin samaa mieltä. Tilitoimiston maineen perusteella tilitoimiston valitsi kaksitoista asiakasta, kahdeksan asiakkaan päätökseen oli jotain vaikusta maineella ja kahden asiakkaan mielestä maineella ei ollut niin paljon vaikutusta. Kuviossa 18 (Liite 4, 4) kolmelletoista asiakkaalle tilitoimiston hinnoilla oli merkitystä tai vähän merkitystä valintaan, yhdeksälle asiakkaalle hinnalla ei ollut niin paljon merkitystä tai ei ollenkaan merkitystä valintaan. Tilitoimiston koolla ei ole niin suurta merkitystä, puolet ja puolet, eli yhdentoista asiakkaan mielestä tilitoimiston koolla ei ole suurta vaikutusta ja toisten yhdentoista asiakkaan mielestä sillä on jotain merkitystä valintaan. Tilitoimiston sijainnilla on merkitystä viidelletoista asiakkaalle, seitsemälle asiakkaalle ei ole väliä, missä toimisto sijaitsee. Saatavilla palveluilla on suuri merkitys valittaessa tilitoimistoa, kolmen asiakkaan mielestä sillä ei ole niin suurta merkitystä. Muulla perusteella tilitoimiston valinneet ovat laittaneet perusteluiksi arvot, yhteisen huumorintajun sekä edellisen työn kautta saadut kokemukset tilitoimistosta.



Kuvio 18. Tilitoimiston valinta hinnan perusteella.

Kaksikymmentä asiakasta ei ole ollut viimeisen kolmen vuoden aikana asiakkaana yhden hengen tilitoimistossa (Kuvio 19) (Liite 4, 4). Kaksi asiakasta on ollut taas asiakkaana yhden hengen tilitoimistossa ja heidän valintaansa vaihtaa tilitoimistoa ovat vaikuttaneet palveluiden sekä asiantuntemuksen puutteellisuus, palveluiden hitaus, palveluiden hinta ei vastannut saamaansa palvelua, yrityksen toimintaan koskevat muutokset, asiakaspalvelun ja yhteistyön puutteellisuus sekä jokin muu syy. Tämä muu syy tilitoimiston vaihtoon oli korkea hinta.



Kuvio 19. Yhden hengen tilitoimiston asiakkuus.

Tilitoimiston valintaan vaikuttavista tekijöistä voi huomata, että nykyään hintaa tärkeämpi on tuttavien suositukset tilitoimistosta. Lehtimainokset tai puhelinluettelot eivät tuo tilitoimistoille asiakkaita, vaan asiakkaiden itse kertoma suositus vaikuttaa tuleviin asiakkaisiin.

## 5.5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tavoitteenamme oli saada selville, kohtaavatko tilitoimistojen ja niiden asiakkaiden tarpeet toisensa. Tilitoimistot halusivat tarjota asiakkailleen lisää palveluita pelkkien ydinpalveluiden lisäksi ja olivat kiinnostuneita selvittämään, olisiko asiakkailla kysyntää tilitoimiston tarjoamille palveluille. Selvitimme näitä asioita tekemällä kyselylomakkeen tilitoimistojen asiakkaille sekä haastattelemalla tilitoimistojen toimitusjohtajia. Saimme mielestämme kohtalaisen käsityksen tilitoimistojen palveluiden tarpeellisuudesta. Tässä luvussa teemme yhteenvedon tutkimustuloksista ja kerromme tulosten perusteella tekemistämme johtopäätöksistä.

Tarkoituksena meillä oli syöttää vastaukset yksitellen SPSS- ohjelmaan ja tarkastella vastauksia, vaikuttaisiko esimerkiksi liikevaihto, toimiala tai työntekijöiden määrä käytössä oleviin lisäpalveluihin tai olemassa olevien lisäpalveluiden tarpeeseen. Emme kuitenkaan voineet tarkastella vastauksia näin kuin tilitoimisto A:n osalta, koska Webropol- ohjelmalla saa tulokset ainoastaan yhteenlaskettuna, joten vastauksista ei voinut tietää, kuka vastaajista on vastannut mitään ja suurin osa kyselyistä oli täytetty Webropolissa. Tilitoimisto A:lta saimme ainoastaan postitettuna vastauksia, joita pystyi tutkimaan yksilöitynä. Voimme siis vain kertoa yleisesti pienten ja keskisuurten yritysten vastauksista yleensä yksilöimättä vastauksia ja tilitoimistojen tarjoamien lisäpalveluiden tarpeesta.

### *Asiakkaiden jakautuminen*

Yli kaksi kolmasosaa vastanneista oli Tilitoimisto A:n asiakkaita ja lähes puolet vastanneista sellaisia yrityksiä, joissa työskentelee pelkästään yrittäjä yksin. Nämä



asiat voivat vaikuttaa tutkimustuloksiin olennaisesti. Yrityksen, jossa työskentelee vain yksi työntekijä, voi olettaa olevan hyvin pieni, ja tällainen yritys tuskin tarvitsee tarjoamaan tilitoimistojen lisäpalveluita tueksi toimintaansa. Lähes kaikki vastanneet yritykset olivat eri toimialoilta, joten tutkimuksen perusteella ei voida sanoa, että tietyllä toimialalla vaadittaisiin tilitoimistolta erityisesti enemmän joitakin lisäpalveluita. Toimialaa koskevan vastauksen perusteella yritykset, jotka ovat vastanneet kokevansa tarpeelliseksi jotakin lisäpalveluista tai käyttävänsä tällä hetkellä jotakin lisäpalvelua, ovat vain ehkä sellaisessa tilanteessa, että kokevat tarvitsevänsä esimerkiksi sähköisiä palveluita työnsä tueksi. Myös liikevaihtoa mittaavassa kysymyksessä asiakkaat jakautuivat erittäin tasaisesti, joten liikevaihtokaan ei tunnu vaikuttavan suuresti palveluiden tarpeeseen.

#### *Palvelun laatu ja hinta*

Vastauksia saimme kaiken kaikkiaan kaksikymmentäkolme kappaletta, vastaajista kaksikymmentäkaksi ilmoitti käyttävänsä tilitoimiston ydinpalveluista kirjanpitoa ja tilinpäätöstä, kaksikymmentäyksi vastaajista täyttää myös veroilmoituksensa tilitoimistoilla ja vain kuusi käyttää palkanlaskentaa tilitoimistopalveluista. Palkanlaskentaa pidetään tilitoimistopalveluissa tärkeänä ydinpalveluna, joten palkanlaskentaa koskeva vastaus yllätti hieman määrän vähäisyydellä, mutta tutkimukseen on osallistunut pääasiassa vain pieniä ja keskisuuria yrityksiä ja yhdessätoista yrityksessä vastaajista työskenteli vain yrittäjä, joten vastaus on ymmärrettävä.

Palvelun laatuun ja hintaan asiakkaat näyttävät olevan hyvin tyytyväisiä. Näitä tuloksia tarkastellessa voisi päätellä, että asiakkailla asiat ovat hyvin ja kaikki tarvittava palvelu saatavilla, ajallaan ja sopivan hintaisina, jos asiakkaat olisivat tyytymättömiä palveluun tai kokisivat palvelun puutteelliseksi tai ammattitaidottomaksi, tämän kysymyksen vastauksissa se tulisi varmasti ilmi. Tällaisessa kyselyssä on helppoa vastata rehellisesti, koska vastaukset tehtiin nimettömänä, joten arvioimme, että vastaukset ovat myös erittäin rehellisiä. Kaikki vastaajat ovat sitä mieltä, että palvelu on asiantuntevaa ja luottamuksellista ja tapaamisia on asiakkaiden

mielestä riittävästi sekä tilitoimiston tiedottaminen asiakkaille on riittävää. Yksi ainoa vastanneista oli sitä mieltä, ettei yhteistyö tilitoimiston kanssa ole mutkatonta ja muutama asiakas oli hieman tyytymätön hintaan, palvelun nopeuteen. Lisäksi muutama asiakas oli vastannut, ettei aina välttämättä käänny taloushallinnon asioissa tilitoimiston puoleen.

Pääasiassa tilitoimistot voivat olla tyytyväisiä tarjoamaan palveluunsa, mutta aina tietysti voi pyrkiä parempaan. Vastaajat olivat pääasiassa täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä väittämistä, mutta myös muutamia eri mieltä olevia oli joukossa. Aina kannattaa myös pitää mielessä, että pienikin erimielisyys tai huono palvelukokemus saattaa aiheuttaa sen, ettei asiakas muista enää hyviä kokemuksiaan ja huonoista kokemuksista puhutaan usein eteenpäin, mutta silloin kun kaikki on hyvin, ei asioihin reagoida, eikä sitä välttämättä huomaa, ennen kuin jokin ei ole kohdallaan.

### *Lisäpalvelut*

Selvitimme asiakkailta ensimmäisessä tilitoimiston lisäpalveluita koskevassa kysymyksessä, mitä palveluita heillä on tällä hetkellä käytössä, mitä lisäpalveluita heillä on mahdollisesti aikaisemmin ollut käytössä ja kolmantena oli ”emme käytä” -vastausvaihtoehto. Vastausten mukaan tilitoimiston lisäpalveluja käyttävät harvat. Yli puolet vastanneista oli vastannut jokaiseen tilitoimiston lisäpalveluun koskevaan kohtaan ”emme käytä”. Lähes kaikki palvelut ovat olleet aikaisemmin käytössä, mutta vain muutamilla asiakkailla. Tällä hetkellä käytössä olevia palveluita oli vain muutamia, harvoilla asiakkailla. Voisimme päätellä, että lisäpalveluita on hyvä olla olemassa ja ammattitaitoa kannattaa pitää yllä näitä palveluita varten, koska niitä kuitenkin käytetään. Ehkä kaikki asiakkaat eivät ole edes tietoisia kaikista lisäpalveluista tai eivät edes tiedä, mitä palvelut ovat ja mitä hyötyä palveluilla voisi juuri heidän yrityksilleen olla, koska palveluita ei ole missään erikseen lueteltu.

Läheskään kaikkiin lisäpalveluihin koskeviin kysymyksiin ei ollut edes vastattu, joten tästä voimme päätellä, ettei asiakas tiedä, mitä palvelu tarkoittaa tai ei ole koskaan kuullut palvelusta. Jo olemassa olevien asiakkaiden tulisi ehkä kuitenkin tietää ja tuntea kaikki oman tilitoimistonsa tarjoamat palvelut, jotta tarpeen tullen he osaisivat myös niitä tiedustella, tai jos tilitoimistot haluavat antaa asiakkaiden nähtäväksi vain pääpalvelut kilpailutilanteen vuoksi, kuten haastatteluissa kävi ilmi, tulisi heidän tässä tapauksessa itse olla erittäin aktiivisia lisäpalveluiden myynnissä. Jos taas on niin, kuten tilitoimisto B:n toimitusjohtaja haastattelussa sanoi, ettei pienille asiakkaille kannata tarjota lisäpalveluita, joita he ei selvästikään tarvitse, tulisi tilitoimistojen tässä tapauksessa keskittyä enemmän uusasiakashankintaan kuin lisäpalveluiden myyntiin jo olemassa oleville asiakkaille.

Suurimmaksi osaksi lisäpalveluita ei koettu tarpeelliseksi vastanneiden asiakkaiden yrityksissä. Tähän on voinut vaikuttaa se, että kyselyyn vastanneet asiakkaat eivät ole ehkä ymmärtäneet, mitä tietoa olimme hakeneet väittämillä. Vastanneet asiakkaat eivät olleet vastanneet jokaiseen väittämään, mikä hankaloittaa johtopäätösten tekemistä. Tunnuslukuista liikevoitto ja kannattavuus koettiin tarpeelliseksi asiakkaan yritykselle. Omavaraisuutta ja maksuvalmiutta ei koettu tarpeelliseksi suurimman osan vastaajien mielestä. Sähköisiä palveluita asiakkaat eivät kokeneet omikseen. Suurin osa vastaajista vastasi väittämiin, että kysytyt palvelut ovat tarpeettomia. Sähköisissä palveluissa sähköinen raportointi ja graafiset raportit koettiin tarpeelliseksi joidenkin vastanneiden yrityksissä.

Myöskään asp-palvelua eli sovelluspalvelimen vuokrausta ei koettu suurimmaksi osaksi tarpeelliseksi. Palkkakirjanpito ja myyntireskontra koettiin jokseenkin tarpeelliseksi asp-palveluna yritykseen. Perintä ja viivästyskorkolaskutusta ei koettu tarpeelliseksi suurimman osan vastaajien kesken. Kassavirtalaskelmassa, katelaskelmassa sekä investointilaskelmassa noin kolmas osa vastanneista koki tarpeelliseksi kyseessä olevat laskelmat, tästä huolimatta suurin osa ei kokenut laskelmia tarpeelliseksi. Budjetoinnissa, ennusteissa ja graafisissa ennusteissa, tilinpäätösennusteissa ja tilinpäätösanalyysissä sekä verosuunnittelu- ja neuvonnassa

koetaan aiemmin esitettyjen lisäpalveluita enemmän hyötyä yritykselle. Sopimuksen laadinnassa sekä yrityksen perustamisessa ja neuvonnassa koetaan jonkin verran tarvetta yrityksissä.

Edellä mainituista lisäpalveluiden tarpeellisuudesta vastanneiden yritysten käyttöönotto ei tuottanut tulosta. Suurin osa asiakkaista on tyytyväisiä saamiinsa palveluihinsa eivätkä ne tunne saavansa hyötyä lisäpalveluista. On kuitenkin huomioitava, että vastanneiden asiakkaiden joukossa on kuitenkin monia, jotka kokevat jonkin lisäpalvelun yrityksellensä hyödylliseksi ja muutama asiakas erittäin tarpeelliseksi. Sen vuoksi on hyvä tarjota tilitoimistojen asiakkaille mahdollisia lisäpalveluita, jos jollakulla vaikka riittäisi kiinnostusta palvelun käyttöönottamiseen.

#### *Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät*

Eniten tilitoimiston valintaan vaikuttaa asiakkaiden mielestä tuttavien suositus. Internetillä ja muilla syillä oli myös merkitystä. Muita syitä, jotka vaikuttivat tilitoimiston valintaan, olivat muun muassa tilintarkastajan suositus, toisen yrittäjän suositus sekä tilitoimisto A:n toimitusjohtajan hyvä myyntipuhe. Lehtimainoksella ja puhelintuettelosta etsimällä ei ollut vaikutusta nykyisen tilitoimiston löytämiseen.

Vastausten perusteella ammattitaidolla, maineella ja saatavilla olevilla palveluilla oli eniten merkitystä valittaessa nykyistä tilitoimistoa. Myös hinnan, tilitoimiston koon ja tilitoimiston sijainnilla koettiin olevan merkitystä tilitoimistoa valittaessa. Arvot, yhteinen huumorintaju sekä edellisen työn kautta saadut kokemukset tilitoimistosta vaikuttivat tilitoimiston valintaan.

Juuri kukaan ei ollut ollut yhden hengen tilitoimiston asiakkaana viimeisen kolmen vuoden aikana. Kuitenkin kaksi vastanneista asiakkaista oli ollu asiakkaana yhden hengen tilitoimistossa. Nämä kaksi vastasivat viimeiseen kysymykseen, eli miksi olivat vaihtaneet yhden hengen tilitoimistosta nykyiseen, isompaan tilitoimistoon. Syitä tähän oli asiantuntemuksen ja palveluiden puutteellisuus eli asiakkaat eivät

olleet saanut mielestään esimerkiksi ydinpalveluiden lisäksi muita palveluita, mahdollisesti lisäpalveluita. Palveluiden hinta ei vastannut saatua palvelua ja palvelu oli ollut hidasta. Asiakaspalveluun ja yhteistyöhön sekä yrityksen toimintaa koskevat muutoksiin oltiin tyytymättömiä. Muita syitä oli korkea hinta. Tilintarkastaja oli neuvonut nykyiseen tilitoimistoon, joka oli vastannut asiakkaan tarpeita erittäin hyvin. Asiakas oli tyytyväinen asiantuntevaan ja helppoon palveluun sekä ammattitaitoiseen henkilökuntaan.

## **6 Kehitysehdotukset**

Tässä luvussa esitämme ehdotuksia, kuinka yhteistyötä asiakkaan ja tilitoimiston välillä voisi parantaa. Käsitlemme sitä, mihin asioihin tilitoimiston tulisi kiinnittää huomiota palveluiden myynnissä ja lisämyynnissä sekä mihin asioihin tulisi kiinnittää erityisesti asiakastyytyväisyydessä huomiota. Asiakkaan näkökulmasta taas pohdimme, kuinka asiakas voisi auttaa tilitoimistoa tuntemaan asiakkaansa entistä paremmin ja miten suhteesta tulisi entistä mutkattomampi.

### **6.1 Pienasiakkaan näkökulma**

Kun asiakas on valitsemassa jotakin tiettyä palvelua, syntyy hänelle odotuksia palvelusta, millaista se tulisi olemaan. Asiakkaat odottavat yritykseltä ja sen tuottamilta palveluilta ja tuotteilta paljon. Yrityksen tuotteista ja palveluista on tietty odotusarvo, joihin vaikuttavat asiakkaiden tarpeet, yrityksen imago, kilpailevat yritykset sekä aiemmat kokemukset. Yhteistyökyky, osaaminen, asiantuntemus, uskottavuus, ammattimaisuus, tuotteiden laatu sekä ratkaisujen toimivuus muodostavat odotukset siihen, millaista palvelu tulee olemaan. Asiakkaiden mielikuvat ja odotukset vaihtuvat, yleensä odotukset ja vaatimuksen taso kasvavat pitkin matkaa. Yrityksen kilpailuetuna voi olla positiivinen ero asiakkaiden odotuksien ja laadun välillä. Yrityksen, joka täyttää eron vaikkapa alemmalla hinnalla, on edellä esitettyjen odotuksien mukaisesti tuottanut laadun (Ylikoski 2001, 119; Lecklin 2006, 91).

Asiakkaiden näkökulmasta tilitoimistot voisivat katsoa juuri heidän yritykselleen sopivat palvelut, joista juuri heille olisi hyötyä. Esimerkiksi pienelle yrittäjälle, kuten yhden hengen kampaamoyrittäjät, ei kannata yrittää myydä esimerkiksi sovelluspalvelimen vuokrausta, koska luultavasti kampaamoissa ei ole niin paljon tositteita kuukaudessa ja käyttöä kyseessä olevalle sovellukselle, että siitä olisi jotain hyötyä yritykselle. Toisaalta jollekin suuremmalle kuljetusyritykselle voisi olla hyötyä esimerkiksi sähköisistä palveluista, kuten ostolaskujen käsittelystä ja verkkopalkoista, koska rekka-autoja on huollettava tasaisin väliajoin ja kuljettajia voi olla monta, jolloin palkat on helppo välittää sähköisesti. Olisi myös hyvä ottaa jokaiselle asiakkaalle vaikkapa liikevoitto-tunnusluku graafisesti käyttöön, jota seurattaisiin kuukausittain, jolloin asiakkaalla olisi parempi kuva yrityksensä tilanteesta.

## **6.2 Tilitoimistojen näkökulma**

Opinnäytetyötä tehdessämme ja tilitoimistoja haastatellessa kävi ilmi, että tilitoimistot tapaavat asiakkaitaan hyvin harvoin ja niillä on joitakin asiakkaita, joita ne eivät tapaa ollenkaan. Mielestämme tilitoimistot voisivat parantaa palveluaan entisestään järjestämällä esimerkiksi asiakastapaamisia, joko keskenään asiakkaan kanssa tai asiakasiltoja tietyin väliajoin. On kuitenkin eri asia tarjota palveluita asiakkaalle puhelimitse kuin kasvotusten. Keskusteltaessa asiakkaan kanssa liiketoiminnasta voisi asiakkaaltakin tulla joitakin toiveita, joita hän ehkä toivoo tilitoimistolta, tällöin palvelu olisi henkilökohtaisempaa, eikä vain tositteiden vaihtoa sähköpostin välityksellä. Tilitoimistot voisivat myös tehdä säännöllisin väliajoin asiakastytyväisyyskyselyjä tai pyytää palautetta ja parannusehdotuksia asiakkailtaan sähköpostilla aina esimerkiksi tilikauden päättyessä.

Tilitoimistot sanoivat myös mainostavansa yrityksiään vain vähän ja ilmoittivat, ettei tilitoimiston mainostaminen ole kovinkaan kannattavaa, vaan on kannattavampaa saada jo olemassa olevien asiakkaiden kanssa myönteisiä asiakaskokemuksia, joita sitten jaetaan eteenpäin uusille asiakkaille. Pohdimme, että ehkä suoranaiset mainokset esimerkiksi kaupunkilehdissä eivät lisäisi välttämättä paljoakaan asia-

kaskuntaa, mutta jollakin tapaa näkyvyyttä kannattaisi yrittää lisätä. Esimerkiksi kausittain voisi laittaa joitakin lehtimainoksia ja radiomainoksia pyörimään. Mainonnalla voisi olla ainakin positiivinen vaikutus uusasiakashankintaan, sillä molemmat haastattelemamme tilitoimistot ovat suhteellisen pieniä ja tuntemattomia.

Pelkästään lisäpalveluiden myyntiä jo olemassa oleville asiakkaille voisi tehostaa asettamalla tietyt tavoitteet kaikille tilitoimistontyöntekijöille. Työntekijöillä tulisi olla myös selvä kuva siitä, mitä kaikkia palveluita he tarjoavat ja koko tilitoimistolla voisi olla yhteinen toimintatapa myytäessä ja tarjottaessa lisäpalveluita asiakkailleen. Vaikka tilitoimistot ovat pieniä ja niiden asiakkaat ovat enimmäkseen pieniä ja keskisuuria yrityksiä, tulisi mielestämme tilitoimiston keskittyä myös hieman omaan kannattavuuteensa ja liiketoimintaansa, eikä ajatella vain asiakkaan parasta tai siitä, kuinka pieni yritys on ja olisikohan tämä lisäpalvelu nyt kuitenkin näin pienelle asiakkaalle tarpeellinen. Tilitoimistojenkaan ei tarvitse ajatella, että lisämyynti olisi asiakkaalle tyrkyttämistä ja asiakkaan ajamista pois, vaan oikein tehtynä lisämyynti voi auttaa asiakasta tuntemaan itsensä entistä tärkeämmäksi tilitoimistolle ja antaa asiakkaalle tunteen, että hänestä pidetään huolta.

Tilitoimistot sanoivat haastattelussa, ettei asiakkaille esitellä olemassa olevia palveluita asiakassuhteen alussa. Meitä jäi ihmetyttämään tämä asia, koska näillä kahdella tilitoimistollakin on tarjottavana lukuisia palveluita. Mielestämme asiakkaiden olisi hyvä tietää kaikki tarjolla olevat palvelut, vaikka yritys olisikin niin pieni, että tilitoimiston mielestä tulee tuskin koskaan tarvitsemaan kyseisiä palveluita. Asiakkaan tilanne ja liiketoiminta voi kuitenkin aina muuttua ja kasvaa, joten tulevaisuudessa ei ainakaan ole haittaa, että asiakas tietää, mitä palveluita on tarjolla. Kaikki aloittavat yrittäjät eivät välttämättä edes tiedä, mitä kaikki lisäpalvelut tarkoittaa tai mitä hyötyä ja apua niistä voisi olla, tämän takia olisi tärkeää tehdä asiakkaalle palvelut ja tarjonta tutuksi.

Yleisesti opinnäytetyötä tehdessä tuli sellainen kuva, että tilitoimistot halusivat tehdä tutkimuksen parantaakseen palveluaan ja lisäpalveluiden myyntiään, mutta ovat

kuitenkin valmiita tekemään aika vähän asian hyväksi. Haastattellessa sai myös sen kuvan, että toimisto A:lla on selvä kuva tulevaisuuden markkinoinnista ja lisämyynnistä asiakkailleen, mutta tilitoimisto B sanoi suoraan miettivänsä tällaisia asioita vasta kun huomaa, etteivät asiakkaat riitä. Mielestämme ongelmatilanteisiin tulisi puuttua jo ennen kuin ne syntyvät, tai ainakin jos etukäteen on tiedossa, mitä asioita voisi parantaa.

## **7 PÄÄTÄNTÖ**

Opinnäytetyön tekeminen on ollut meille raskasta, mutta myös ihan mieluista. Tämän työn tekeminen vaati meiltä paljon aikaa, mutta samalla se opetti meille kärsivällisyyttä ja sitkeyttä. Opinnäytetyön idea lähti meistä toisen tekijän työpaikalta vuosi sitten. Ideaa mietittiin monelta suunnalta, kunnes siitä tuli kaikkien osapuolien, tilitoimistojen, opinnäytetyön ohjaajan ja meidän tekijöiden, mielestä tarpeeksi kattava ja mielenkiintoinen. Tämän opinnäytetyön tekeminen ei sujunut ihan suunnitelmien mukaisesti, valmista kun piti olla jo talvella 2010. Työn tekeminen alkoi nopeasti, kun työn aihe saatiin selville. Ensiksi tehtiin kyselylomake, jotta siihen vastaamiseen jäisi mahdollisimman paljon aikaa ja vastauksia tulisi mahdollisimman paljon. Tämän jälkeen keskityimme teoria-osuuden tekemiseen.

Työ on ollut mielestämme antoisaa ja opettavaa. Huomasimme kyselylomakkeita analysoidessamme, että meidän olisi pitänyt tehdä kyselylomake vain paperisena versiona eikä paperisena ja nettiversiona. Nettiversiossa emme pystyneet yksilöimään, kuka asiakkaista oli vastannut mitään, jotta olisimme pystyneet erittelemään ja hyödyntämään kyselylomaketta paremmin. Myös kyselyyn osallistujien määrä jäi huomattavasti siitä, mitä odotimme tilitoimistojen asiakasmäärästä päätellen, ottaen huomioon sen, että kaikki eivät kuitenkaan vastaa kyselyyn. Tämä vaikutti hieman intoon tehdä tätä työtä, koska emme voineet tehdä kyselyn vastauksista sellaisia huomioita, että suurin osa vastanneista asiakkaista ovat tätä mieltä jostain kysytystä asiasta.



Suunnittelimme opinnäytetyön sisällön, kyselylomakkeen rungon sekä saatteen yhdessä. Sohvi Teräväinen teki Internetin kyselylomakkeen ja Liisa Mälkiä vei kyselylomakkeen vastaukset SPSS-ohjelmaan. Lähetimme saatteen ja kyselylomakkeen toukokuun lopussa ja Internetin kyselylomakkeen linkin tilitoimistoihin kesäkuun puolessa välissä. Kyselyiden vastausaika loppui heinä-elokuun vaihteessa, mutta pidensimme vastausaikaa vähäisten vastauksien takia syyskuun loppuun. Liisa Mälkiä kirjoitti oman teoriaosuutensa syksyn sekä kevään aikana ja Sohvi Teräväinen kirjoitti kevään aikana oman teoriaosuutensa. Teoriaosuutta tehdessämme lähetimme toisillemme sähköpostitse valmiiksi saatuja osioita toisillemme luettavaksi ja kommentoitavaksi.

Kyselyn vastauksia analysoidessamme huomasimme tehneemme virheen, koska emme pystyneet sanomaan, kuka oli vastannut mihinkin kysymykseen millä tavalla Internetin kyselylomakkeella. Tämä vaikutti siihen, että emme voineet sanoa, että esimerkiksi tilitoimisto A:n asiakkaista suurin osa vastasi tähän kysymykseen näin, kun taas tilitoimisto B:n asiakkaat vastasivat näin. Paperiversiona olisimme voineet analysoida vastauksia näin. Tästä huolimatta mielestämme saimme suuntaa-antavia vastauksia vastaajilta.

Tilitoimistojen olisi hyvä ottaa tavaksi tarjota lisäpalveluita asiakkaille. Vaikka suurin osa kyselyyn vastanneista asiakkaista ei omasta mielestään tarvitse lisäpalveluita, joukkoon kuitenkin mahtui kiinnostuneita. Tilitoimistojen olisi hyvä esimerkiksi katsoa asiakkailleen erikseen näille sopivia ja tarpeellisia lisäpalveluita, joista olisi asiakkaalle selvää hyötyä. Joukosta voi löytyä kiinnostuneita, jotka ovat valmiita maksamaan palveluista.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WSOY.

Ahvenniemi, J. 2008. Johdonlaskentatoimen palvelut tilitoimistoissa kehittyvät. Tilisanomat 3/2008, 59 – 61.

Ahvenniemi, J. 2008. KLT tilitoimistoalan asiantuntijatutkintona. Tilisanomat. 26.8.2008. <http://www.tilisanomat.fi/lehti/printview.php?catid=14&artid=465> (Luettu 25.7.2010)

Anttila, M. & Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Helsinki: Werner Söderström Oy.

Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas. Kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen. Helsinki: WSOY.

Arantola, H. 2006. Customer insight – Uusi väline liiketoiminnan kehittämiseen. Helsinki: WSOY pro.

Granlund, M. & Malmi, T. 2004. Tietotekniikan mahdollisuudet taloushallinnon kehittäjänä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Harris, E. 2007. Customer Service a practical approach. Person duacation, Inc.

Helsingin seudun kauppakamari 4.3.2008  
[http://www.helsinki.chamber.fi/index.phtml?2238\\_m=2348&s=461](http://www.helsinki.chamber.fi/index.phtml?2238_m=2348&s=461) (Luettu 18.8.2010)

Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P. 1997. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Häkkinen, M. & Uski, A. 2006. Ratkaiseva yhteys. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Isoviita, A. & Lahtinen, J. 1999. Markkinointitutkimus. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Jones, T. O. & Sasser, E. Jr. 1996. Miksi yritys menettää tyytyväisiä asiakkaita? Yritystalous 3/1996.

Joutsenkunnas, T. 1990. Esimiestyö palveluyrityksessä. Painokaari Oy.

Jyrkkiö, E. & Riistama, V. 2008. Laskentatoimi päätöksenteon apuna. Helsinki: WSOY.

Kotler, P. 2005. Kotlerin kanta, markkinoinnin maailmanauktoriteetti vastaa kysymyksiin. Helsinki: Rastor Oy.

KPA, Kirjanpitoasetus. 30.12.1997/1339

KPL, Kirjanpitolaki 30.12.1997/1339

Kuusela, H. 2002. Markkinoinnin haaste. Helsinki: WSOY.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum.

Lehmus, P. & Korkala, T. 1996. Asiakaspalvelu ja laadun tekijät. Helsinki: Haka-paino Oy.

Lele, M.M. & Seth, J.N. 1991. Asiakas – menestyksen avain. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Lepola, R., Pulkkinen, I., Raivio, L., Selinheimo, R. & Sulkanen, L. 1998. Asiakaspalvelu. Porvoo: WSOY-Kirjapainoyksikkö.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.

Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. 2002. Helsinki: Edita Oy.

Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen – kuuntele asiakastasi. Helsinki: Taletum.

Mäkinen, L. 2003. Pienyrityksen tilinpäätös käytännössä. Helsinki. Gummerus Kirjapaino.

Mäkinen, L. & Vuorio, B. 2002. Taloushallinnon vallankumous. Helsinki: Kauppa-kamari.

Neilimo, K & Uusi-Rauva, E. 2005. Johdon laskentatoimi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Repo, H. 2009. Tilitoimiston valinta vaatii osaamista. Asiakkaan Etera 1/2009, 13.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi – Onnistu mielikuva-markkinoinnilla. WSOY.

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Espoo: Weilin+Göös.

Salo, U. 2002. Ympäristön muutos luo kehityspaineita tilitoimistoille. Tilisanomat 4/2002. 41 – 45.

Sipilä, J. 2003. Palvelun hinnoittelu. Helsinki: WSOY.

Taloushallintoliitto. 2010a.

[http://www.taloushallintoliitto.fi/kl/kenelle\\_klt\\_on\\_tarkoitettu/](http://www.taloushallintoliitto.fi/kl/kenelle_klt_on_tarkoitettu/) (Luettu 25.7.2010)

Taloushallintoliitto. 2010b.

[http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon\\_abc/](http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/) (Luettu 10.8.2010)

Teperi, V. 2007. Oikeudelliset riskit tilitoimistojen työssä. Tilisanomat 5/2007.

Tomperi, S. 2007a. Käytännön kirjanpito. Helsinki. Edita Prima Oy.

Tomperi, S. 2007b. Kehittyvä kirjanpitotaito. Helsinki. Edita Prima Oy.

Tomperi, S. 2007c. Yritysverotus ja tilinpäätössuunnittelu. Helsinki. WSOY.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsingin seudun kauppakamari. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Verohallinto.

[http://www.vero.fi/?article=86&domain=VERO\\_MAIN&path=5,363&language=FIN](http://www.vero.fi/?article=86&domain=VERO_MAIN&path=5,363&language=FIN)

(Luettu 25.10.2010)

Viitala, J. 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Helsinki. Gummerus Kirjapaino.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Helsinki: Ky-palvelu Oy.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas. 2. uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Yritys Suomi. <http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=15705> (Luettu 26.10.2010)

*Hyvä asiakkaamme!*

Toteutamme oheisen kyselylomakkeen avulla tutkimuksen, joka koskee tilitoimistopalveluiden tarvetta sekä asiakastyytyväisyyttä. Vastaamalla autatte tilitoimistoanne kehittämään palveluita ja yhteistyötänne tilitoimiston kanssa sekä meitä tradenomin opinnoissa. Tutkimus on osa opinnäytetyötämme Saimaan ammattikorkeakoulussa.

Kyselyyn vastaaminen tapahtuu nimettömänä ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Kyselyn vastaukset esitetään yhteenvetona muiden vastanneiden kesken.

Vastanneiden kesken arvomme Viipurin risteilyn. Ohessa arvontakuponki, jonka voitte palauttaa tilitoimistoonne.

Pyydämme palauttamaan vastauksenne 31.7.2010 mennessä.

Tarvittaessa kyselyyn liittyviä lisätietoja voi kysyä

- liisa.malkia@student.saimia.fi
- sohvi.teravainen@student.saimia.fi

Yhteistyöterveisin

Liisa Mälkiä

Sohvi Teräväinen

---

ARVONTAKUPONKI

Yrityksen nimi \_\_\_\_\_

Puhelinnumero \_\_\_\_\_

**KYSELYLOMAKE****Perustiedot**

Minkä tilitoimiston asiakas olette?

☐ Tilitoimisto A☐ Tilitoimisto B☐ Jonkun muun, minkä \_\_\_\_\_Kuinka monta työntekijää yrityksenne palveluksessanne on? \_\_\_\_\_  
(Esimerkiksi 1 yrittäjä + 3 työntekijää)

Kuinka usein jätätte arvonlisäveroilmoituksen?

☐ kuukausittain☐ 4. vuosittain☐ vuosittain

Minkä toimialan yritys yrityksenne on? \_\_\_\_\_

Yrityksenne liikevaihto?

☐ 0 - 20 000☐ 20 000 - 50 000☐ 50 000 - 100 000☐ yli 100 000**Palvelun laatu ja hinta**Arvioi seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.  
(1 = täysin samaa mieltä, 2 = jokseenkin samaa mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = täysin eri mieltä)

	1	2	3	4
Palvelu on asiantuntevaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palvelu on luottamuksellista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on mutkatonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tapaamisia on riittävästi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilitoimiston tiedottaminen on riittävää	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen tyytyväinen tilitoimiston hinnoitteluun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palvelu on nopeaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Käännyin aina taloushallinnon ongelmatilanteissa tilitoimiston puoleen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Ydinpalvelut**

Mitä tilitoimiston ydinpalveluja yrityksenne käyttää tällä hetkellä?

☐ Kirjanpito☐ Tilinpäätös☐ Veroilmoitukset☐ Palkanlaskenta



**Lisäpalvelut**

Mitä tilitoimiston lisäpalveluita yrityksellänne on käytössä tai olette käyttäneet?

Valitkaa sopivin vaihtoehto.

(3 = käytämme tällä hetkellä, 2 = olemme joskus käyttäneet, 1 = emme käytä)

	3	2	1
Tunnusluvut			
• Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Maksuvalmius (riittääkö raha)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoituskuluja)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Omavaraisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sähköiset palvelut			
• Ostolaskujen käsittely	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verkkolaskut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verkkopalkat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Sähköinen raportointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Graafiset raportit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asp-palvelu (sovelluspalvelimen vuokraus)			
• Myyntilaskutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Palkkakirjanpito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ostoreskontra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Myyntireskontra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Varastokirjanpito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perintä ja viivästyskorkolaskutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kassavirtalaskelma (riittääkö raha)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katelaskelma (hinnoittelu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investointilaskelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Budjetointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ennusteet ja graafiset ennusteet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verosuunnittelu- ja neuvonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus ym.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sopimusten laadinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen perustaminen / neuvonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhtiömuodon muutokset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sukupolven / omistajanvaihdot (jatkajan löytäminen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muuta?			

Arvioikaa mitkä seuraavista lisäpalveluista olisi tarpeellisia yritykselleni asteikolla 1 – 4.

(1 = koen erittäin tarpeelliseksi, 2 = koen tarpeelliseksi, 3 = en koe tarpeelliseksi, 4 = en koe lainkaan tarpeelliseksi)

	1	2	3	4
Tunnusluvut				
• Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Maksuvalmius (riittääkö raha)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoituskuluja)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Omavaraisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sähköiset palvelut				
• Ostolaskujen käsittely	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verkkolaskut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verkkopalkat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Sähköinen raportointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Graafiset raportit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asp-palvelu (sovelluspalvelimen vuokraus)				
• Myyntilaskutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Palkkakirjanpito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ostoreskontra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Myyntireskontra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Varastokirjanpito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perintä ja viivästyskorkolaskutus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kassavirtalaskelma (riittääkö raha)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katelaskelma (hinnoittelu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investointilaskelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Budjetointi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ennusteet ja graafiset ennusteet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verosuunnittelu- ja neuvonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus ym.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sopimusten laadinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen perustaminen / neuvonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhtiömuodon muutokset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sukupolven / omistajanvaihdokset (jatkajan löytäminen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muuta? _____				

**Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät**

Mitä kautta löysitte nykyisen tilitoimistonne?

- ☐ Lehtimainos  
☐ Internet  
☐ Puhelinluettelo  
☐ Tuttavan suositus  
☐ Muu, mikä \_\_\_\_\_

Millä perusteella valitsitte nykyisen tilitoimistonne?

Arvioikaa seuraavia tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.

(1 = täysin samaa mieltä, 2 = jokseenkin samaa mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = täysin eri mieltä)

	1	2	3	4
Ammattitaidon perusteella (auktorisoitu tilitoimisto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maineen perusteella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hinnan perusteella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toimiston koon perusteella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toimiston sijainnin perusteella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saatavana olevien palveluiden perusteella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jollain muulla perusteella, millä? _____				

Oletteko viimeisen kolmen vuoden aikana olleet yhden hengen tilitoimiston asiakas?

- ☐ Kyllä  
☐ En

Jos olette vaihtaneet, niin miksi vaihdoitte?

- ☐ Palveluiden puutteellisuus  
☐ Asiantuntemus puutteellista  
☐ Palveluiden hitaus  
☐ Tilitoimiston sijainti  
☐ Palveluiden hinta ei vastannut saamaamme palvelua  
☐ Yrityksen toimintaa koskevat muutokset (liiketoiminnan laajentuminen, ym.)  
☐ Asiakaspalvelun ja yhteistyön puutteellisuus  
☐ Muuta? \_\_\_\_\_

**Perustiedot**

Minkä tilitoimiston asiakas olette?

Tilitoimisto A

Tilitoimisto B

Jonkun muun, minkä

16
6
1

Kuinka monta työntekijää yrityksenne palveluksessanne on?  
(Esimerkiksi 1 yrittäjä + 3 työntekijää)

11kpl pelkkä yrittäjä

2, 2, 2+1, 3, 2+8, 2+26, 3, 7, 1+2, 1+1, 1+2

**Kuinka usein jätätte arvonlisäveroilmoituksen?**

kuukausittain

4. vuosittain

vuosittain

15
3
4

**Minkä toimialan yritys yrityksenne on?**

ohjelmistokehitys

konsultointi ja koulutuspalvelut

kauppa ja konsultointi

konsultointi ja kiintestöala

tieliikenteen tavarakuljetus

IT

sähköasennus ja kauppa

atk

myynti ja konsultointi

hotelli- ja ravintola-ala

fysikaalinen hoitolaitos

metsäkoneyrittäjä

koulutus

hevostalous

kahvila

kauneudonhoitoala

markkinatutkimus

palveluala

rakennusala

tieliikenteen tavarakuljetus

verhoiluala

korujen tukkukauppa

**Yrityksenne liikevaihto?**

0 - 20 000

20 000 - 50 000

50 000 - 100 000

yli 100 000

5
7
6
5

**Palvelun laatu ja hinta**

Arvioikaa seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.  
(1 = täysin samaa mieltä, 2 = jokseenkin samaa mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = täysin eri mieltä)

	1	2	3	4
Palvelu on asiantuntevaa	17	6		
Palvelu on luottamuksellista	19	4		
Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on mutkatonta	19	3	1	
Tapaamisia on riittävästi	16	7		
Tilitoimiston tiedottaminen on riittävää	15	8		
Olen tyytyväinen tilitoimiston hinnoitteluun	9	12	2	
Palvelu on nopeaa	15	6	2	
Käännyn aina taloushallinnon ongelmatilanteissa tilitoimiston p	15	6	2	

Mitä tilitoimiston ydinpalveluja yrityksenne käyttää tällä hetkellä?

**Ydinpalvelut**

Kirjanpito	22
Tilinpäätös	22
Veroilmoitukset	21
Palkanlaskenta	6

**Lisäpalvelut**

Mitä tilitoimiston lisäpalveluita yrityksellänne on käytössä tai olette käyttäneet?

Valitkaa sopivin vaihtoehto.

(3 = käytämme tällä hetkellä, 2 = olemme joskus käyttäneet, 1 = emme käytä)

**Tunnusluvut**

- Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan)
- Maksuvalmius (riittääkö raha)
- Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoituskuluja)
- Omavaraisuus

**Sähköiset palvelut**

- Ostolaskujen käsittely
- Verkkolaskut
- Verkkopalkat
- Sähköinen raportointi
- Graafiset raportit

**Asp-palvelu (sovelluspalvelimen vuokraus)**

- Myyntilaskutus
- Palkkakirjanpito
- Ostoreskontra
- Myyntireskontra
- Varastokirjanpito

**Perintä ja viivästyskorkolaskutus****Kassavirtalaskelma (riittääkö raha)****Katelaskelma (hinnoittelu)****Investointilaskelma****Budjetointi****Ennusteet ja graafiset ennusteet****Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit****Verosuunnittelu- ja neuvonta****Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus ym.)****Sopimusten laadinta****Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen****Yrityksen perustaminen / neuvonta****Yhtiömuodon muutokset****Sukupolven / omistajanvaihdokset (jatkajan löytäminen)****Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona****Muuta?**

3	2	1
	3	16
	2	17
3	3	12
3	2	13
2		17
1	1	17
1	1	17
		19
1	1	17
2		18
4		15
2	1	16
1	1	17
1		18
	1	17
	1	18
	1	18
	2	17
		19
	1	18
3	4	13
4	5	11
1	4	14
2	3	14
	4	15
3	7	9
	4	15
	1	18
		19

Arvioi mitkä seuraavista lisäpalveluista olisi tarpeellisia yritykselleni asteikolla 1 – 4.

(1 = koen erittäin tarpeelliseksi, 2 = koen tarpeelliseksi, 3 = en koe tarpeelliseksi, 4 = en koe lainkaan tarpeelliseksi)

	1	2	3	4
Tunnusluvut				
• Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan)	1	9	5	4
• Maksuvalmius (riittääkö raha)	1	6	8	4
• Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoituskuluja)	3	6	7	3
• Omavaraisuus	1	5	9	4
Sähköiset palvelut				
• Ostolaskujen käsittely	0	1	11	5
• Verkkolaskut	0	4	12	4
• Verkkopalkat	1	2	12	5
• Sähköinen raportointi	0	6	9	5
• Graafiset raportit	1	4	9	6
Asp-palvelu (sovelluspalvelimen vuokraus)				
• Myyntilaskutus	1	2	10	6
• Palkkakirjanpito	2	4	8	5
• Ostoreskontra	1	2	10	5
• Myyntireskontra	1	4	9	5
• Varastokirjanpito	0	1	9	8
Perintä ja viivästyskorkolaskutus	0	3	10	5
Kassavirtalaskelma (riittääkö raha)	1	4	8	5
Katelaskelma (hinnoittelu)	1	4	8	5
Investointilaskelma	0	5	9	5
Budjetointi	1	3	9	5
Ennusteet ja graafiset ennusteet	2	3	7	7
Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit	3	8	4	3
Verosuunnittelu- ja neuvonta	4	6	6	2
Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus ym.)	1	4	7	6
Sopimusten laadinta	0	8	7	3
Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen	0	3	10	5
Yrityksen perustaminen / neuvonta	0	5	8	5
Yhtiömuodon muutokset	1	4	9	4
Sukupolven / omistajanvaihdokset (jatkajan löytäminen)	1	4	7	6
Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona	0	0	10	8
Muuta?				

**Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät**

Mitä kautta löysitte nykyisen tilitoimistonne?

Lehtimainos

Internet

Puhelinluettelo

Tuttavan suositus

Muu, mikä

0
3
0
14

imatran kehitysyhtiö

Markun hyvä myyntipuhe

Menin vahingossa

Tilintarkastaja kertoi

Joku toinen yrittäjä suositteli

Millä perusteella valitsitte nykyisen tilitoimistonne?

Arvioikaa seuraavia tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastiittakaa sopivin vaihtoehto.

(1 = täysin samaa mieltä, 2 = jokseenkin samaa mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = täysin eri mieltä)

Ammattitaidon perusteella (auktoisoitu tilitoimisto)

Maineen perusteella

Hinnan perusteella

Toimiston koon perusteella

Toimiston sijainnin perusteella

Saatavana olevien palveluiden perusteella

Jollain muulla perusteella, millä?

1	2	3	4
15	8		
12	8	2	
5	8	6	3
3	8	7	4
6	9	3	4
12	8	3	

Edellisen työn kautta saadut kokemukset tilitoimistosta, arvot, yhteinen huumorintaju

Oletteko viimeisen kolmen vuoden aikana olleet yhden hengen tilitoimiston asiakas?

Kyllä

En

2
20

Jos olette vaihtaneet, niin miksi vaihdoitte?

Palveluiden puutteellisuus

Asiantuntemus puutteellista

Palveluiden hitaus

Tilitoimiston sijainti

Palveluiden hinta ei vastannut saamaamme palvelua

Yrityksen toimintaa koskevat muutokset (liiketoiminnan laajentuminen, ym.)

Asiakaspalvelun ja yhteistyön puutteellisuus

Muuta?

1
1
1
2
1
1

Korkea hinta, tilintarkastaja neuvoi nykyistä tilitoimistoa ja se on vastannut tarpeitamme erittäin hyvin. Palvelu on asiantuntevaa, helppoa ja ammattitaitoinen henkilöstö.



## Minkä tilitoimiston asiakas olette?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tilitoimisto A	9	100,0	100,0	100,0

## Kuinka monta työntekijää yrityksenne palveluksessa on?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	55,6	55,6	55,6
2	2	22,2	22,2	77,8
3	1	11,1	11,1	88,9
7	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

## Kuinka usein jätätte arvonlisäveroilmoituksen?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kuukausittain	6	66,7	66,7	66,7
4. vuosittain	2	22,2	22,2	88,9
vuosittain	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

## Minkä toimialan yritys yrityksenne on?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11,1	11,1	11,1
hevostalous	1	11,1	11,1	22,2
kahvila	1	11,1	11,1	33,3
kauneudenhoitoala	1	11,1	11,1	44,4
markkinatutkimus	1	11,1	11,1	55,6
palveluala	1	11,1	11,1	66,7
rakennusala	1	11,1	11,1	77,8
tieliikenne tavarakulj.	1	11,1	11,1	88,9
verhoilu	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Yrityksenne liikevaihto?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-20 000	2	22,2	22,2	22,2
	20 000-50 000	3	33,3	33,3	55,6
	50 000-100 000	3	33,3	33,3	88,9
	yli 100 000	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Palvelu on asiantuntevaa. Arvioikaa seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	7	77,8	77,8	77,8
	Jokseenkin samaa mieltä	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Palvelu on luottamuksellista. Arvioikaa seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	8	88,9	88,9	88,9
	Jokseenkin samaa mieltä	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on mutkatonta. Arvioikaa seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	8	88,9	88,9	88,9
	Jokseenkin samaa mieltä	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Tapaamisia on riittävästi. Arvioikaa seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	7	77,8	77,8	77,8
	Jokseenkin samaa mieltä	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Tilitoimiston tiedottaminen on riittävää.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	9	100,0	100,0	100,0

**Olen tyytyväinen tilitoimiston hinnoitteluun.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	3	33,3	33,3	33,3
	Jokseenkin samaa mieltä	6	66,7	66,7	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Palvelu on nopeaa.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	8	88,9	88,9	88,9
	Jokseenkin samaa mieltä	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Käännyn aina taloushallinnon ongelmatilanteissa tilitoimiston puoleen.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	7	77,8	77,8	77,8
	Jokseenkin samaa mieltä	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Mitä tilitoimiston ydinpalveluita yrityksenne käyttää tällä hetkellä? (kirjanpito, tilinpäätös, veroilmoitukset, palkanlaskenta)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	123	8	88,9	88,9	88,9
	1234	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Mitä lisäpalveluita yrityksellänne on käytössä tai olette käyttäneet? Valitkaa sopivin vaihtoehto. Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan?)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
	olemme joskus käyttäneet	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Maksuvalmius (riittääkö raha?)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
	olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoituskuluja)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	6	66,7	66,7	66,7
	olemme joskus käyttäneet	2	22,2	22,2	88,9
	käytämme tällä hetkellä	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Omavaraisuus**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
	olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	88,9
	käytämme tällä hetkellä	1	11,1	11,1	100,0

**Omavaraisuus**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	88,9
käytämme tällä hetkellä	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Ostolaskujen käsittely**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Verkkolaskut**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Verkkopalkat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Sähköinen raportointi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Graafiset raportit**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	88,9
käytämme tällä hetkellä	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Myyntilaskutus (Asp-palvelu)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Palkkakirjanpito (Asp-palvelu)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
käytämme tällä hetkellä	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Ostoreskontra (Asp-palvelu)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Myyntireskontra (Asp-palvelu)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Varastokirjanpito (Asp-palvelu)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Perintä ja viivästyskorkolaskutus**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9

	olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Kassavirtalaskelma (riittääkö raha)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Katelaskelma (hinnoittelu)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Investointilaskelma**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Budjetointi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Ennusteet ja graafiset ennusteet**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**ilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	5	55,6	55,6	55,6
	olemme joskus käyttäneet	2	22,2	22,2	77,8
	käytämme tällä hetkellä	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Verosuunnittelu- ja neuvonta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	6	66,7	66,7	66,7
	olemme joskus käyttäneet	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus ym.)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	8	88,9	88,9	88,9
	olemme joskus käyttäneet	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Sopimusten laadinta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
	olemme joskus käyttäneet	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
	olemme joskus käyttäneet	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	



**Yrityksen perustaminen / neuvonta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	4	44,4	44,4	44,4
	olemme joskus käyttäneet	4	44,4	44,4	88,9
	käytämme tällä hetkellä	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Yhtiömuodon muutokset**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	7	77,8	77,8	77,8
	olemme joskus käyttäneet	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Sukupolven / omistajavaihdokset (jatkajan löytäminen)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	emme käytä	9	100,0	100,0	100,0

**Varastokirjanpito (Asp-palvelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		9	100,0	100,0	100,0

Arvioikaa mitkä seuraavista lisäpalveluista olisi tarpeellisia yrityksellenne asteikolla 1 - 4. Kannattavuus. (Onko hinnoittelu kohdallaan?)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	koen tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	44,4
	en koe tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	77,8
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Maksuvalmius (riittääkö raha)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	22,2
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	77,8
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoituskuluja)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	22,2
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	77,8
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Omavaraisuus**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	22,2
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	77,8
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Ostolaskujen käsittely**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	55,6
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Verkkolaskut**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Verkkopalkat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Sähköinen raportointi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Graafiset raportit**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Myyntilaskutus (Asp-palvelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Palkkakirjanpito (Asp-palvelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen erittäin tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Ostoreskontra (Asp-palvelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Myyntireskontra (Asp-palvelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Varastokirjanpito (Asp-palvelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Perintä ja viivästyskorkolaskutus**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	77,8
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Kassavirtalaskelma (riittääkö raha)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koen tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	77,8
	en koen lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Katelaskelma (hinnoittelu)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	22,2
	en koen tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	77,8
	en koen lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Investointilaskelma**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koen tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	77,8
	en koen lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Budjetointi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koen tarpeelliseksi	7	77,8	77,8	77,8
	en koen lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Ennusteet ja graafiset ennusteet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1

en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	66,7
en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid koen tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	44,4
en koe tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	77,8
en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Verosuunnittelu- ja neuvonta**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid koen tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	44,4
en koe tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	77,8
en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus ym.)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid koen erittäin tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	66,7
en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Sopimusten laadinta**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid koen tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	44,4
en koe tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	88,9
en koe lainkaan tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	11,1
	en koe tarpeelliseksi	6	66,7	66,7	77,8
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Yrityksen perustaminen / neuvonta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	44,4
	en koe tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	88,9
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Yhtiömuodon muutokset**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	33,3
	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	88,9
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Sukupolven / omistajavaihdokset (jatkajan löytäminen)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	koen tarpeelliseksi	2	22,2	22,2	22,2
	en koe tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	66,7
	en koe lainkaan tarpeelliseksi	3	33,3	33,3	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	en koe tarpeelliseksi	5	55,6	55,6	55,6

en koe lainkaan tarpeelliseksi	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Muuta?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	100,0	100,0	100,0

**Mitä kautta löysitte tilitoimistonne?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	33,3	33,3	33,3
	4	5	55,6	55,6	88,9
	5 imatran kehitysytio	1	11,1	11,1	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Millä perusteella valitsitte nykyisen tilitoimistonne? Arvioikaa seuraavia tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4.**

**Ammattitaidon perusteella. (auktorisoitu tilitoimsito)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	11,1	11,1	11,1
	Täysin samaa mieltä	4	44,4	44,4	55,6
	Jokseenkin samaa mieltä	4	44,4	44,4	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Maineen perusteella.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	11,1	11,1	11,1
	Täysin samaa mieltä	3	33,3	33,3	44,4



Jokseenkin samaa mieltä	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Hinnan perusteella.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11,1	11,1	11,1
Täysin samaa mieltä	1	11,1	11,1	22,2
Jokseenkin samaa mieltä	5	55,6	55,6	77,8
Jokseenkin eri mieltä	1	11,1	11,1	88,9
Täysin eri mieltä	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Toimiston koon perusteella.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11,1	11,1	11,1
Täysin samaa mieltä	2	22,2	22,2	33,3
Jokseenkin samaa mieltä	3	33,3	33,3	66,7
Jokseenkin eri mieltä	1	11,1	11,1	77,8
Täysin eri mieltä	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Toimiston sijainnin perusteella.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11,1	11,1	11,1
Täysin samaa mieltä	3	33,3	33,3	44,4
Jokseenkin samaa mieltä	3	33,3	33,3	77,8
Jokseenkin eri mieltä	1	11,1	11,1	88,9
Täysin eri mieltä	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Saatavana olevien palveluiden perusteella.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	33,3	33,3	33,3
Täysin samaa mieltä	3	33,3	33,3	66,7
Jokseenkin samaa mieltä	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Jollain muulla perusteella, millä?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	77,8	77,8	77,8
Arvot	1	11,1	11,1	88,9
Yhteinen huumorintaju	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Oletteko viimeisen kolmen vuoden aikana olleet yhden hengen tilitoimiston asiakas?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid    En	9	100,0	100,0	100,0




**Jos olette vaihtaneet tilitoimistoa, niin miksi vaihdoitte?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	88,9	88,9	88,9
123457	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

## Perustiedot

## 1. Minkä tilitoimiston asiakas olette?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 1,6)

(1.1) Tilitoimisto A		50%	7
(1.2) Tilitoimisto B		42,9%	6
(1.3) Jonkun muun, minkä		7,1%	1

\_Kysymys [1.3] (Minkä tilitoimiston asiakas olette? . Jonkun muun, minkä)




1.

## 2. Kuinka monta työntekijää yrityksenne palveluksessanne on? (Esimerkiksi 1 yrittäjä + 3 työntekijää)

1. 2+1
2. 1 yrittäjä.
3. 1
4. 3
5. 2 yrittäjää + 8 työntekijää
6. 1
7. 2 yrittäjää+26 työntekijää
8. 1+0
9. 1
10. 1 yrittäjä ja 2 työntekijää ja kesällä 9
11. 1 yrittäjä ja yksi työntekijä
12. 1 yrittäjä + 2 työntekijää
13. 1

## 3. Kuinka usein jätätte arvonnäisäveroilmoituksen?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,5)





(3.1) Kuukausittain		69,2%	9
(3.2) 4.vuosittain		7,7%	1
(3.3) Vuosittain		23,1%	3

## 4. Minkä toimialan yritys yrityksenne on?

1. Ohjelmistokehitys
2. Konsultointi- ja koulutuspalvelut, aloina mm. viestintä, yritysten yhteiskuntavastuu ja etiikka.
3. kauppa ja konsultointi
4. toinen on konsulttialan yritys ja toinen on kiinteistönvälitys
5. Tieliikenteen tavarankuljetus
6. IT
7. Sähköasennus ja kauppa
8. atk
9. Myynti ja konsultointi
10. hotelli - ja ravintolaalan
11. fysikaalinen hoitolaitos
12. Kellojen ja korujen tukkukauppa
13. Metsäkone yrittäjä
14. koulutus

## 5. Yrityksenne liikevaihto?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 2,6)

(5.1) 0 - 20 000		21,4%	3
(5.2) 20 000 - 50 000		28,6%	4
(5.3) 50 000 - 100 000		21,4%	3
(5.4) yli 100 000		28,6%	4

## Palvelun laatu ja hinta

6. Arvioikaa seuraavia omaan tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.




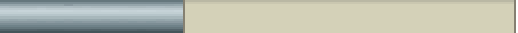
Kysymykseen vastanneet: 14

	1 = täysin samaa mieltä (arvo: 1)	2 = jokseenkin samaa mieltä (arvo: 2)	3 = jokseenkin eri mieltä (arvo: 3)	4 = täysin eri mieltä (arvo: 4)
Palvelu on asiantuntevaa (ka: 1,286; yht: 14)	71,4% 10	28,6% 4	0% 0	0% 0
Palvelu on luottamuksellista (ka: 1,214; yht: 14)	78,6% 11	21,4% 3	0% 0	0% 0
Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa on mutkatonta (ka: 1,286; yht: 14)	78,6% 11	14,3% 2	7,1% 1	0% 0
Tapaamisia on riittävästi (ka: 1,357; yht: 14)	64,3% 9	35,7% 5	0% 0	0% 0
Tilitoimiston tiedottaminen on riittävää (ka: 1,571; yht: 14)	42,9% 6	57,1% 8	0% 0	0% 0
Olen tyytyväinen tilitoimiston hinnoitteluun (ka: 1,714; yht: 14)	42,9% 6	42,9% 6	14,3% 2	0% 0
Palvelu on nopeaa (ka: 1,643; yht: 14)	50% 7	35,7% 5	14,3% 2	0% 0
Käännyn aina taloushallinnon ongelmatilanteissa tilitoimiston puoleen (ka: 1,571; yht: 14)	57,1% 8	28,6% 4	14,3% 2	0% 0
ka: 1,455; yht: 112	60,7% 68	33% 37	6,2% 7	0% 0

## Ydinpalvelut

## 7. Mitä tilitoimiston ydinpalveluja yrityksenne käyttää tällä hetkellä?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 2,2)

(7.1) Kirjanpito		92,9%	13
(7.2) Tilinpäätös		92,9%	13
(7.3) Veroilmoitukset		85,7%	12
(7.4) Palkanlaskenta		35,7%	5

## Lisäpalvelut

## 8. Mitä tilitoimiston lisäpalveluita yrityksellänne on käytössä tai olette käyttäneet? Valitkaa sopivin vaihtoehto.

Kysymykseen vastanneet: 13

	1 = käytämme tällä hetkellä (arvo: 1)	2 = olemme joskus käyt- täneet (arvo: 2)	3 = emme käytä (arvo: 3)
Tunnusluvut (tälle riville ei tarvitse vastata) (ka: 2,667; yht: 3)	0%	33,3%	66,7%
	0	1	2
-Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan) (ka: 2,9; yht: 10)	0%	10%	90%
	0	1	9
-Maksuvalmius (riittääkö raha) (ka: 2,9; yht: 10)	0%	10%	90%
	0	1	9
-Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoitusku- luja) (ka: 2,444; yht: 9)	22,2%	11,1%	66,7%
	2	1	6
-Omavaraisuus (ka: 2,444; yht: 9)	22,2%	11,1%	66,7%
	2	1	6
Sähköiset palvelut (tälle riville ei tarvitse vas- tata) (ka: 2,5; yht: 2)	0%	50%	50%
	0	1	1
-Ostolaskujen käsittely (ka: 2,6; yht: 10)	20%	0%	80%
	2	0	8
-Verkkolaskut (ka: 2,7; yht: 10)	10%	10%	80%
	1	1	8
-Verkkopalkat (ka: 2,7; yht: 10)	10%	10%	80%

	1	1	8
-Sähköinen raportointi (ka: 3; yht: 10)	0%	0%	100%
	0	0	10
-Graafiset raportit (ka: 3; yht: 10)	0%	0%	100%
	0	0	10
Asp-palvelu (sovelluspalvelimen vuokraus)(tälle riville ei tarvitse vastata) (ka: 3; yht: 1)	0%	0%	100%
	0	0	1
-Myyntilaskutus (ka: 2,636; yht: 11)	18,2%	0%	81,8%
	2	0	9
	30%	0%	70%
-Palkkakirjanpito (ka: 2,4; yht: 10)	3	0	7
	20%	0%	80%
-Ostoreskontra (ka: 2,6; yht: 10)	2	0	8
	10%	0%	90%
-Myyntireskontra (ka: 2,8; yht: 10)	1	0	9
	10%	0%	90%
-Varastokirjanpito (ka: 2,8; yht: 10)	1	0	9
Perintä ja viivästyskorkolaskutus (ka: 3; yht: 9)	0%	0%	100%
	0	0	9
Kassavirtalaskelma (riittääkö raha) (ka: 2,9; yht: 10)	0%	10%	90%
	0	1	9
Katelaskelma (hinnoittelu) (ka: 3; yht: 10)	0%	0%	100%
	0	0	10
Investointilaskelma (ka: 2,9; yht: 10)	0%	10%	90%
	0	1	9
Budjetointi (ka: 3; yht: 10)	0%	0%	100%
	0	0	10
Ennusteet ja graafiset ennusteet (ka: 3; yht: 10)	0%	0%	100%
	0	0	10
Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit (ka: 2,636; yht: 11)	9,1%	18,2%	72,7%
	1	2	8
Verosuunnittelu- ja neuvonta (ka: 2,091; yht: 11)	36,4%	18,2%	45,5%
	4	2	5
Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE-keskus, ym.) (ka: 2,5; yht: 10)	10%	30%	60%
	1	3	6
Sopimusten laadinta (ka: 2,5; yht: 10)	20%	10%	70%
	2	1	7
Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvioiminen ja kehittäminen (ka: 2,8; yht: 10)	0%	20%	80%
	0	2	8
Yrityksen perustaminen / neuvonta (ka: 2,3; yht: 10)	20%	30%	50%
	2	3	5
Yhtiömuodon muutokset (ka: 2,8; yht: 10)	0%	20%	80%
	0	2	8
Sukupolven-/omistajanvaihdokset (jatkajan löytäminen) (ka: 2,9; yht: 10)	0%	10%	90%
	0	1	9
Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona (ka: 3; yht: 10)	0%	0%	100%
	0	0	10
ka: 2,73; yht: 296	9,1%	8,8%	82,1%
	27	26	243

---

**9. Mitä tilitoimiston lisäpalveluita yrityksellänne on käytössä tai olette käyttäneet, jota ei ole lueteltu yllä olevassa kysymyksessä?**

1. Ei mitään

2. -

---

**10. Arvioi mitkä seuraavista lisäpalveluista olisi tarpeellisia yritykselleni asteikolla 1 – 4.**

**Kysymykseen vastanneet: 11**

	<b>1 = koen erittäin tarpeelliseksi</b> (arvo: 1)	<b>2 = koen tarpeelliseksi</b> (arvo: 2)	<b>3 = en koe tarpeelliseksi</b> (arvo: 3)	<b>4 = en koe lainkaan tarpeelliseksi</b> (arvo: 4)
Tunnusluvut (tälle riville ei tarvitse vastata) (ka: 3; yht: 4)	<b>0%</b> 0	<b>25%</b> 1	<b>50%</b> 2	<b>25%</b> 1
-Kannattavuus (onko hinnoittelu kohdallaan) (ka: 2,5; yht: 10)	<b>10%</b> 1	<b>50%</b> 5	<b>20%</b> 2	<b>20%</b> 2
-Maksuvalmius (riittääkö raha) (ka: 2,6; yht: 10)	<b>10%</b> 1	<b>40%</b> 4	<b>30%</b> 3	<b>20%</b> 2
-Liikevoitto (voitto ennen veroja ja rahoitusku- luja) (ka: 2,1; yht: 10)	<b>30%</b> 3	<b>40%</b> 4	<b>20%</b> 2	<b>10%</b> 1
-Omavaraisuus (ka: 2,7; yht: 10)	<b>10%</b> 1	<b>30%</b> 3	<b>40%</b> 4	<b>20%</b> 2
Sähköiset palvelut (tälle riville ei tarvitse vas- tata) (ka: 3,333; yht: 3)	<b>0%</b> 0	<b>0%</b> 0	<b>66,7%</b> 2	<b>33,3%</b> 1
-Ostolaskujen käsittely (ka: 3; yht: 8)	<b>0%</b> 0	<b>12,5%</b> 1	<b>75%</b> 6	<b>12,5%</b> 1
-Verkkolaskut (ka: 2,727; yht: 11)	<b>0%</b> 0	<b>36,4%</b> 4	<b>54,5%</b> 6	<b>9,1%</b> 1
-Verkkopalkat (ka: 2,818; yht: 11)	<b>9,1%</b> 1	<b>18,2%</b> 2	<b>54,5%</b> 6	<b>18,2%</b> 2



-Sähköinen raportointi (ka: 2,727; yht: 11)	0%	45,5%	36,4%	18,2%
	0	5	4	2
-Graafiset raportit (ka: 2,818; yht: 11)	9,1%	27,3%	36,4%	27,3%
	1	3	4	3
Asp-palvelu (sovelluspalvelimen vuokraus) (tälle riville ei tarvitse vastata) (ka: 3,333; yht: 3)	0%	0%	66,7%	33,3%
	0	0	2	1
-Myyntilaskutus (ka: 2,9; yht: 10)	10%	20%	40%	30%
	1	2	4	3
-Palkkakirjanpito (ka: 2,6; yht: 10)	10%	40%	30%	20%
	1	4	3	2
-Ostoreskontra (ka: 2,778; yht: 9)	11,1%	22,2%	44,4%	22,2%
	1	2	4	2
-Myyntireskontra (ka: 2,6; yht: 10)	10%	40%	30%	20%
	1	4	3	2
-Varastokirjanpito (ka: 3,444; yht: 9)	0%	11,1%	33,3%	55,6%
	0	1	3	5
Perintä ja viivästyskorkolaskutus (ka: 3,111; yht: 9)	0%	22,2%	44,4%	33,3%
	0	2	4	3
Kassavirtalaskelma (riittääkö raha) (ka: 2,778; yht: 9)	11,1%	33,3%	22,2%	33,3%
	1	3	2	3
Katelaskelma (hinnoittelu) (ka: 2,889; yht: 9)	11,1%	22,2%	33,3%	33,3%
	1	2	3	3
Investointilaskelma (ka: 2,9; yht: 10)	0%	40%	30%	30%
	0	4	3	3
Budjetointi (ka: 2,778; yht: 9)	11,1%	33,3%	22,2%	33,3%
	1	3	2	3
Ennusteet ja graafiset ennusteet (ka: 2,8; yht: 10)	20%	20%	20%	40%
	2	2	2	4
Tilinpäätösennusteet ja tilinpäätösanalyysit (ka: 2; yht: 9)	33,3%	44,4%	11,1%	11,1%
	3	4	1	1
Verosuunnittelu-ja neuvonta (ka: 1,889; yht: 9)	44,4%	22,2%	33,3%	0%
	4	2	3	0
Rahoitusjärjestelyt (yritystukea, Finnvera, TE- keskus, ym.) (ka: 2,889; yht: 9)	0%	44,4%	22,2%	33,3%
	0	4	2	3
Sopimusten laadinta (ka: 2,778; yht: 9)	0%	44,4%	33,3%	22,2%
	0	4	3	2
Liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman arvi- oiminen ja kehittäminen (ka: 3,111; yht: 9)	0%	22,2%	44,4%	33,3%
	0	2	4	3
Yrityksen perustaminen / neuvonta (ka: 3,333; yht: 9)	0%	11,1%	44,4%	44,4%
	0	1	4	4
Yhtiömuodon muutokset (ka: 3; yht: 9)	11,1%	11,1%	44,4%	33,3%
	1	1	4	3
Sukupolven-/omistajavaihdokset (jatkajan löytäminen) (ka: 2,889; yht: 9)	11,1%	22,2%	33,3%	33,3%
	1	2	3	3
Taloushallintopalvelun tuottaminen asiakkaan luona (ka: 3,444; yht: 9)	0%	0%	55,6%	44,4%
	0	0	5	4
ka: 2,798; yht: 287	9,1%	28,2%	36,6%	26,1%
	26	81	105	75

---

---

### 11. Tuleeko yllä olevaan kysymykseen muita vaihtoehtoja mieleenne?

1. Ei tule

---

---

---





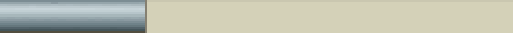
### Tilitoimiston valintaan vaikuttavat tekijät

---

---

### 12. Mitä kautta löysitte nykyisen tilitoimistonne?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 4,3)

(12.1) Lehtimainos		0%	0
(12.2) Internet		0%	0
(12.3) Puhelinluettelo		0%	0
(12.4) Tuttavan suositus		71,4%	10
(12.5) Muu, mikä		28,6%	4

---

\_Kysymys [12.5] (Mitä kautta löysitte nykyisen tilitoimistonne?. Muu, mikä)

1. Markun hyvä myyntipuhe
2. Menin vahingossa
3. tilintarkastaja kertoi
4. yrittäjä kävi käsittelyssäni, ja silloin tein päätöksen vaihtaa tilitoimistoa

**13. Millä perusteella valitsitte nykyisen tilitoimistonne? Arvioikaa seuraavia tilitoimistoon liittyviä väittämiä asteikolla 1 - 4 ja rastittakaa sopivin vaihtoehto.**

**Kysymykseen vastanneet: 14**

	<b>1 = täysin samaa mieltä</b> (arvo: 1)	<b>2 = jokseenkin samaa mieltä</b> (arvo: 2)	<b>3 = jokseenkin eri mieltä</b> (arvo: 3)	<b>4 = täysin eri mieltä</b> (arvo: 4)
Ammattitaidon perusteella (auktorisoitu tilitoimisto) (ka: 1,286; yht: 14)	<b>71,4%</b> 10	<b>28,6%</b> 4	<b>0%</b> 0	<b>0%</b> 0
Maineen perusteella (ka: 1,538; yht: 13)	<b>61,5%</b> 8	<b>23,1%</b> 3	<b>15,4%</b> 2	<b>0%</b> 0
Hinnan perusteella (ka: 2,462; yht: 13)	<b>23,1%</b> 3	<b>23,1%</b> 3	<b>38,5%</b> 5	<b>15,4%</b> 2
Toimiston koon perusteella (ka: 2,769; yht: 13)	<b>0%</b> 0	<b>38,5%</b> 5	<b>46,2%</b> 6	<b>15,4%</b> 2
Toimiston sijainnin perusteella (ka: 2,462; yht: 13)	<b>15,4%</b> 2	<b>46,2%</b> 6	<b>15,4%</b> 2	<b>23,1%</b> 3
Saatavana olevien palveluiden perusteella (ka: 1,786; yht: 14)	<b>42,9%</b> 6	<b>35,7%</b> 5	<b>21,4%</b> 3	<b>0%</b> 0
ka: 2,038; yht: 80	<b>36,2%</b> 29	<b>32,5%</b> 26	<b>22,5%</b> 18	<b>8,8%</b> 7

**14. Tuleeko mieleenne muita vaihtoehtoja yllä olevaan kysymykseen?**

1. Ei
2. Edellisen työn kautta saadut kokemukset tilitoimistosta

**15. Oletteko viimeisen kolmen vuoden aikana olleet yhden hengen tilitoimiston asiakas?**

**Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,8)**

(15.1) Kyllä		15,4%	2
(15.2) En		84,6%	11

**16. Jos olette vaihtaneet tilitoimistoa, niin miksi vaihdoitte?****Kysymykseen vastanneet: 5 (ka: 5)**

(16.1) Palveluiden puutteellisuus		20%	1
(16.2) Asiantuntemus puutteellista		20%	1
(16.3) Palveluiden hitaus		20%	1
(16.4) Tilitoimiston sijainti		0%	0
(16.5) Palveluiden hinta ei vastannut saamaamme palvelua		40%	2
(16.6) Yrityksen toimintaa koskevat muutokset (liiketoiminnan laajentuminen, ym.)		20%	1
(16.7) Asiakaspalvelun ja yhteistyön puutteellisuus		20%	1
(16.8) Muuta?		40%	2

\_Kysymys [16.8] (Jos olette vaihtaneet tilitoimistoa, niin miksi vaihdoitte?. Muuta?)

1. Korkea hintataso

2. Tilintarkastajan kehui nykyistä tilitoimistoa ja se on vastannut tarpeitamme erittäin hyvin. Palvelu on asiantuntevaa, helppoa ja ammattitaitoinen henkilöstö

1. Kuinka paljon asiakkaita teillä on?
2. Kuinka moni asiakas sai kyselyn?
3. Kuinka suuri osa asiakkaista on pk-yrityksiä? 1-5 työntekijää?
4. Kuinka usein olette asiakkaihinne yhteydessä, millä tavoin?
5. Kuinka usein tapaatte asiakkaitanne? Ja onko sellaisia asiakkaita, joita ette tapaa ollenkaan?
6. Kuinka suuri osa asiakkaista arviolta käyttää pelkästään ydinpalveluita ja kuinka suuri osa myös joitakin lisäpalveluja? (%) Mitä lisäpalveluita?
7. Tarjoatteko asiakkaille lisäpalveluita säännöllisesti? Esittelettekö asiakassuhteen alussa kaikki saatavilla olevat palvelut? Liikevaihdon kasvaessa? Tarpeen vaatiessa?
8. Pyytävätkö asiakkaat usein apua esimerkiksi yrityksen kannattavuuden parantamiseksi tai muissa liiketoimintaan liittyvissä asioissa?
9. Tarjoatteko tällöin heille sopivia lisäpalveluita?
10. Vaikuttaako liikevaihto tai yrityksen koko tarjoamiinne lisäpalveluihin?
11. Onko kaikki palvelut kaikkien nähtävillä esim. Internet?
12. Kannustatteko työntekijöitä lisämyyntiin?
13. Ovatko työntekijänne tietoisia kaikista lisäpalveluista?
14. Veloitatteko kaikesta työstänne?
15. Kuinka aiotte jatkossa tehostaa lisäpalveluiden markkinointia/myyntiä?
16. Onko kaikilla kirjanpitäjillänne omat asiakkaat? (sama kirjanpitäjä hoitaa yhden asiakkaan kaikki asiat)
17. Kuinka usein ja missä medioissa mainostatte yritystänne?